

**KESADARAN HUKUM TERHADAP KEPEMILIKAN MEREK  
TERDAFTAR PADA PENGRAJIN BATIK PEKALONGAN  
JAWA TENGAH**

Oleh:

Endang Purwaningsih

Nelly Ulfah Anisa Riza

Nurul Fajri Chikmawati

Fakultas Hukum Universitas YARSI

Email: e.purwaningsih@yarsi.ac.id

**ABSTRAK**

Terhadap warga pengrajin batik Pekalongan yang masih tradisional baik dari manajemen maupun kepemilikan hak kekayaan intelektualnya, perlu dilakukan sosialisasi atau pun pelatihan yang relevan. Rendahnya kesadaran hukum dapat disebabkan oleh kurangnya sosialisasi hukum, kurangnya akses masyarakat tentang informasi hukum dan budaya masyarakat itu sendiri. Untuk itu diperlukan upaya untuk membuka wawasan pengetahuan hukum warga masyarakat agar lebih memahami akan hukumnya sendiri, upaya hukum yang dapat dilakukan apabila terjadi sengketa, maupun untuk tujuan peningkatan kesadaran hukum akan pentingnya merek terdaftar dan penguasaan materi hukum transaksi. Penelitian ini merupakan penelitian normatif dengan pendekatan sosiologis dan memanfaatkan data sekunder beserta data primer. Subyek penelitian adalah masyarakat pengrajin batik di Pekalongan Jawa Tengah pada *home industry* maupun skala industri kecil dan menengah. Subyek penelitian ini dipilih karena selain Pekalongan terkenal dengan Kota Batik, juga beberapa area di Pekalongan merupakan sentra industri batik usaha kecil dan menengah yang jumlahnya banyak dan terkumpul dalam satu area industri, atau dikenal desa Batik/Desa Wisata Batik/Kampung Wisata Batik, dipilih daerah Pesindon dan Kauman serta didukung pengamatan daerah Buaran dan Pekajangan.

**Kata Kunci:** *Kesadaran Hukum, Merek Terdaftar, Pengrajin Batik*

**ABSTRACT**

*Batik artisans, who are doing their business traditionally and having less knowledge on intellectual property rights, must be developed by either legal socialization or related training. The low capacity of their legal-awareness is caused by lack of legal socialization, the lack of access to the legal information related to intellectual property rights, and the legal-culture itself. It is important to enhance their legal-awareness on the importance of registered trademark and resolution of intellectual property rights dispute and many others. This is a normative research supported by sociological approach. This research uses both primary and secondary data. The subjects of research are batik artisans, both from home industry and small and micro business, in Pekalongan, Central Java.*

*Pekalongan have been chosen in this context, because Pekalongan is well-known as the center of batik in Indonesia. The artisans exist in several centers of batik, called desa batik, desa wisata batik, or kampung wisata batik. In this research, Kampung Wisata Batik in Pesindon and Kauman are mainly chosen, and Kampung Wisata Batik in Buaran and Pekajangan are complementarily chosen.*

**Keywords:** *Legal Awareness, Registered Trade Mark, Batik Artisans*

## **PENDAHULUAN**

Batik adalah kesenian gambar di atas kain untuk pakaian yang menjadi salah satu kebudayaan keluarga raja-raja Indonesia zaman dulu. Awalnya batik dikerjakan hanya terbatas dalam kraton dan hasilnya untuk pakaian raja dan keluarga serta para pengikutnya. Oleh karena banyak dari pengikut raja yang tinggal di luar kraton, maka kesenian batik ini dibawa oleh mereka keluar kraton dan dikerjakan di tempatnya masing-masing memiliki pembeli sendiri. Batik pribumi merupakan yang tertua di antara ketiganya, meski tidak ada catatan kapan dan oleh siapa batik itu dibuat. Pada dasarnya batik-batik yang dihasilkan oleh sentra-sentra kerajinan batik dari berbagai daerah sangat bagus sekali serta memiliki corak/motif yang sangat beragam dan khas serta tidak bisa dikatakan batik yang satu lebih baik dari daerah lainnya. Keunikan motif yang dihasilkan dari batik-batik berbagai daerah merupakan kekuatan yang sangat luar biasa, khususnya bagi kekayaan batik Indonesia. Belum ada di negara manapun yang memiliki kekayaan desain atau motif batik seperti yang dimiliki oleh bangsa Indonesia. Tidak ada catatan resmi kapan batik mulai dikenal di Pekalongan, namun menurut perkiraan batik sudah ada di Pekalongan sekitar tahun 1800. Bahkan menurut data yang tercatat di Disperindag, motif batik itu ada yang dibuat 1802, seperti motif pohon kecil berupa bahan baju. Perkembangan yang signifikan diperkirakan terjadi setelah perang besar pada tahun 1825-1830 di kerajaan Mataram yang sering disebut dengan perang Diponegoro atau perang Jawa. Dengan terjadinya peperangan ini mendesak keluarga kraton serta para pengikutnya banyak yang meninggalkan daerah kerajaan. Mereka kemudian tersebar ke arah Timur dan Barat, kemudian di daerah – daerah baru itu para keluarga dan pengikutnya mengembangkan batik. Ke timur batik Solo dan Yogyakarta menyempurnakan corak batik yang telah ada di Mojokerto serta Tulungagung hingga menyebar ke Gresik, Surabaya dan Madura. Ke arah barat

batik berkembang di Banyumas, Kebumen, Tegal, Cirebon dan Pekalongan. Dengan adanya migrasi ini, maka batik Pekalongan yang telah ada sebelumnya semakin berkembang.

Terhadap warga pengrajin batik Pekalongan yang masih tradisional baik dari manajemen maupun kepemilikan hak kekayaan intelektualnya, perlu dilakukan sosialisasi atau pun pelatihan yang relevan. Batik Pekalongan saat ini tentu tidak hanya batik tulis, akan tetapi juga batik yang ‘menyerupai’ tulis. Mereka belum sadar akan pentingnya hak kekayaan intelektual, khususnya merek. Untuk itu perlu dilakukan penelitian mendalam mengingat belum banyaknya warga yang memahami dan memiliki merek terdaftar. Peningkatan kesadaran hukum dapat dilakukan dengan penyuluhan hukum secara berkesinambungan sehingga menyadarkan masyarakat akan pentingnya pemahaman terhadap hukum yang berlaku (hukum positif) pada tata hukum Indonesia. Rendahnya kesadaran hukum dapat disebabkan oleh kurangnya sosialisasi hukum, kurangnya akses masyarakat tentang informasi hukum dan budaya masyarakat itu sendiri. Untuk itu diperlukan upaya untuk membuka wawasan pengetahuan hukum warga masyarakat agar lebih memahami akan hukumnya sendiri, upaya hukum yang dapat dilakukan apabila terjadi sengketa, maupun untuk tujuan peningkatan kesadaran hukum agar warga makin taat hukum dan melek hukum. Selain itu masyarakat perlu diperhatikan dengan uluran tangan dan program pemberdayaan yang mungkin secara sinergi akan banyak membantu peningkatan kesadaran hukumnya.

Secara operasional, arah dan cakupan dalam memberdayakan masyarakat pengrajin batik tulis adalah mendorong untuk tumbuh dan menciptakan mendayagunakan sumber daya yang tersedia secara lebih baik serta mengembangkan peluang-peluang untuk penemuan atau penciptaan karya desain, motif atau pun corak batik baru dan pengembangan bisnis serta perlindungan hukumnya. Ciri utama memberdayakan masyarakat adalah menitikberatkan pada kebijakan ”*indigenous development*” menggunakan potensi sumber daya manusia, lembaga dan fisik setempat/ lokal. Dengan demikian, memberdayakan masyarakat dapat dilakukan dengan mengintegrasikan upaya mobilisasi para aktor, mengorganisir sumberdaya, mengoptimalkan lembaga-lembaga yang ada dan

membentuk lembaga baru serta pemilihan kegiatan-kegiatan yang strategik dalam mendukung pengembangan wilayah. Esensi dari partisipasi pengrajin dalam penyadaran hukum bidang hukum bisnis adalah keterlibatan (baik yang berkaitan dengan sikap maupun perbuatan nyata) dalam kegiatan penyusunan rencana, pelaksanaan, pemanfaatan hasil, evaluasi, dan bahkan dalam memikul resiko dan tanggung jawab suatu program yang berbasis hukum bisnis/Hak Kekayaan Intelektual. Dari esensi partisipasi, dapat dimanifestasikan dalam bentuk sikap dan perbuatan yang berupa frekuensi dari partisipasi masyarakat pengrajin batik Pekalongan itu dalam rangka menunjang pembangunan hukum. Pemerintah dan masyarakat selayaknya mampu memadukan peran untuk membangun dan memperkuat budaya ber-bisnis dan pengembangan teknologi agar saling mengisi demi perlindungan kepentingan nasional. Penguasaan dan pembentukan budaya dan perlindungannya harus dilakukan secara berkesinambungan dan terus menerus sehingga secara bersinergi dapat menumbuhkan kesadaran hukum yang diinginkan. Peran-peran lain seperti Konsultan, instansi terkait lain secara interaktif saling mengisi, sehingga mampu memberikan landasan yang kuat bagi tumbuhkembangnya pemajuan Ipteks, pemberdayaan SDM dan penguasaan hukum. Permasalahan utama sebenarnya bagaimana kondisi pengetahuan dan kesadaran hukum masyarakat khususnya dalam memecahkan berbagai masalah yang berkaitan dengan merek dalam usaha bisnisnya; dan faktor penghambat atau pendukung dalam upaya kepemilikan merek tersebut.

### **Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian normatif dengan pendekatan sosiologis dan memanfaatkan data sekunder beserta data primer. Subyek penelitian adalah masyarakat pengrajin batik di Pekalongan Jawa Tengah pada *home industry* maupun skala industri kecil dan menengah. Subyek penelitian ini dipilih karena selain Pekalongan terkenal dengan Kota Batik, juga beberapa area di Pekalongan merupakan sentra industri batik usaha kecil dan menengah yang jumlahnya banyak dan terkumpul dalam satu area industri, atau dikenal desa Batik/ Desa Wisata Batik/ Kampung Wisata Batik, dipilih daerah Pesindon dan Kauman serta didukung pengamatan daerah Buaran dan Pekajangan.

## PEMBAHASAN

### 1. Kesadaran hukum masyarakat pengrajin batik Pekalongan

Merujuk pada istilah Merek menurut Undang-Undang Nomor 15 tahun 2001 tentang Merek adalah 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. Masyarakat pengrajin batik dalam hal ini adalah pengusaha *home industry* secara perorangan dan keluarga, yang memproduksi dan menjual batik baik berupa kain dan baju batik di rumahnya sendiri, berjumlah ratusan orang di Pekalongan. Seiring berjalannya waktu, batik Pekalongan mengalami perkembangan pesat dibandingkan dengan daerah lain. Di daerah ini batik berkembang di sekitar daerah pantai, yaitu di daerah Pekalongan kota dan daerah Buaran, Pekajangan serta Wonopringgo, Wiradesa, Pesindon dan Kauman, dan menyebar ke pelbagai desa di sekitar Pekalongan. Batik Pekalongan menjadi sangat khas karena bertopang sepenuhnya pada ratusan pengusaha kecil, bukan pada segelintir pengusaha bermodal besar. Sejak berpuluh tahun lampau hingga sekarang, sebagian besar proses produksi batik Pekalongan dikerjakan di rumah-rumah.

Batik Pekalongan menyatu erat dengan kehidupan masyarakat Pekalongan yang kini terbagi dalam dua wilayah administratif, yakni Kota Pekalongan dan Kabupaten Pekalongan, Jawa Tengah. Batik Pekalongan adalah napas kehidupan sehari-hari warga Pekalongan. Ia dihidupi dan dihidupi warga Pekalongan. Apa yang dihadapi industri batik Pekalongan saat ini mungkin sama dengan persoalan yang dihadapi industri lainnya di Indonesia, terutama yang berbasis pada pengusaha kecil dan menengah. Persoalan itu, antara lain, berupa menurunnya daya saing yang ditunjukkan dengan harga jual produk yang lebih tinggi dibanding harga jual produk sejenis yang dihasilkan negara lain. Padahal, kualitas produk yang dihasilkan negara pesaing lebih baik dibanding produk pengusaha Indonesia. Penyebab persoalan ini bermacam-macam, mulai dari rendahnya produktivitas dan keterampilan pekerja, kurangnya inisiatif pengusaha untuk melakukan inovasi produk,

hingga usangnya peralatan mesin pendukung proses produksi. (*abraham4544.wordpress.com diakses 7 Januari 2014*)

Berdasarkan pengamatan dan wawancara dengan para penjual, baik di Pesindon maupun di pasar tradisional dan IBC, baru sebagian kecil yang memiliki merek terdaftar, bahkan mereka sebagian besar belum memahami cara perolehan merek terdaftar/ cara mendaftarkan merek. Sangat dibutuhkan uluran tangan Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual dan instansi terkait untuk membantu mendaftarkan mereknya dan mempromosikan batik Pekalongan dengan karakteristiknya ini secara lebih serius, agar dapat diangkat karakteristik batik Pekalongan dan perlindungan hukumnya, khususnya memfasilitasi pendaftaran merek, dengan fasilitas khusus bagi UKM *home industry*, misalnya dengan fasilitas *prodeo* melalui Dinas Perindustrian dan Perdagangan maupun UMKM. Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual juga diharapkan mampu mensosialisasikan dan mengutamakan perolehan merek bagi para pengrajin/ pengusaha kecil ini.

Kampus diharapkan mampu menjembatani kesenjangan antara harapan pengrajin batik dengan kondisi yang ada dengan membantu sosialisasi HKI dan pendampingan dalam pendaftaran HKI utamanya merek, karena dari kebanyakan produk batik yang dijual, tanpa ada merek terdaftar, bahkan tanda gambar atau cap pun belum tentu ada. Mereka memasang nama hanya pada tokonya saja, atau sebagian ditempelkan pada produk yang sudah berbentuk jadi, misalkan kemeja batik. Mereka belum memahami bagaimana membuat merek yang memiliki daya pembeda, meskipun kebanyakan nama tokonya telah berbeda satu sama lainnya, yang biasanya diberikan nama pemiliknya. Di kampung batik Kauman dan Pesindon bahkan telah dibuat petunjuk arah jalan menuju rumah batik *si Anu* di sepanjang jalan dan gang kecil/lorong. Lorong jalan kampung batik ini tidak cukup lebar, hanya bisa dilewati 1 mobil dan parkir pun agak susah, sehingga harus memasuki pelataran *showroom* pemilik rumah, sementara di depannya tertulis bahwa parkir hanya untuk pengunjung rumah/ *showroom batik* tersebut.

Seperti halnya pengrajin kampung batik Solo, Bantul Yogyakarta dan Trusmi Cirebon, pengrajin di kampung batik Pekalongan memproduksi dan

menjual hasil produksinya sendiri dan mengambil material kain dari daerah lain di sekitarnya. Mereka tetap memiliki kekhasan tersendiri dan mampu menunjukkan kekhasan karyanya kepada para pengunjung. Hanya saja dalam produknya tidak terdapat merek terdaftar maupun merek berupa cap atau tanda berupa kain kecil (*kliwir*) seperti halnya di Bantul Yogyakarta. Hanya beberapa pengrajin yang memproduksi kain batik tulis, dan tidak terlalu ditonjolkan seperti halnya di Madura, yang mana setiap rumah batik dipromosikan dengan tulisan batik tulis Madura. Kebanyakan dari batik Pekalongan yang beredar dan sangat terkenal adalah cap dan print. Kampung batik Pekalongan tidak hanya dalam satu area kampung namun menyebar lebih luas ke beberapa kampung dengan ruang tamu sebagai *showroom/artshow*, dikemas sedemikian rupa sehingga menarik. Hanya saja kampung batik di Pekalongan lebih luas daripada di Madura, Solo, Yogyakarta, maupun Trusmi Cirebon. Pada dasarnya para pengrajin ini ramah, mau memberi informasi yang diperlukan dengan baik. Keramahan ini seharusnya dibarengi dengan perlindungan hukum terhadap produknya. Upaya meningkatkan kesadaran hukum sangat perlu dilakukan agar supaya masyarakat tergerak hatinya dalam kepemilikan merek terdaftar, agar produksinya makin maju dengan perluasan pasar yang signifikan. Mereka sangat ingin mereknya dibuat dan dilindungi dengan baik, produknya dipasarkan lebih luas, dan menjadi kebanggaan masyarakat Pekalongan yang *notabene* disebut dengan Kota Batik. Kesadaran hukum ini terkait dengan kurangnya sosialisasi hukum, kurangnya pengetahuan dan kondisi budaya hukum masyarakat. Pengetahuan tentang cara perolehan merek dan pembuatannya dapat dilakukan dengan sosialisasi dan pelbagai pelatihan. Jika masyarakat telah sering diberikan sosialisasi, maka diharapkan pengetahuan hukum meningkat, budaya hukum untuk melindungi produk sendiri pun muncul, sehingga seiring dengan meningkatnya kesadaran hukum pun maka jumlah merek terdaftar akan meningkat. Masyarakat batik ini harus dibekali tentang pentingnya merek bagi usahanya, dan bagaimana mengelola bisnisnya agar selalu terlindungi hukum, pemahaman iktikad baik dalam pendaftaran merek dan pelaksanaan bisnisnya. Pendaftaran merek pun harus dilakukan dengan iktikad baik. Iktikad baik ini sangat penting dalam hukum

merek karena berhubungan dengan persaingan bisnis dan reputasi pemilik merek. Menurut Pasal 4, dan 5 UU Merek, terdapat kualifikasi merek yang yang tidak dapat didaftar dan yang ditolak. Merek tidak dapat didaftar atas dasar permohonan yang diajukan oleh pemohon yang beriktikad tidak baik, juga Merek tidak dapat didaftar bila merek tersebut mengandung salah satu unsur: (a) bertentangan dengan peraturan perundangan yang berlaku, (b) moralitas agama, (c) kesusilaan, (d) ketertiban umum, (e) tidak memiliki daya pembeda, (f) telah menjadi milik umum, (g) merupakan keterangan atau berkaitan dengan barang atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya.

Posisi kota Batik Pekalongan dari arah Jakarta *via* Kabupaten Tegal memasuki terlebih dahulu kampung Wiradesa, dan beberapa kampung yang merupakan sentra usaha baik batik maupun kerajinan lainnya. Kota ini telah dilengkapi sarana bisnis yang cukup memadai dengan banyaknya hotel dan perusahaan tengah berkembang di sana, utamanya tekstil. Pekalongan sebagai kota Batik memang dipenuhi dengan pabrik tekstil, mori, ules, sutra, kain, batik tulis maupun batik ATBM. Terdapat kampung batik di Kauman dan Pesindon, yang cukup populer di kalangan wisatawan domestik. Wawancara dengan salah satu pengrajin/ pemilik batik Has711 di Pesindon, menyatakan bahwa harga-harga batik di sekitar Pesindon sutra 800 ribu per potong berupa hem/ kemeja, dan katun 300 ribuan per hemnya. Pemilik Jayanti Jayanto yang selain memproduksi batik juga memproduksi jeans dan berasal dari sekitar Pekalongan, yakni Kalikelok Batang, menyatakan bahwa merek terdaftar tidak punya sama sekali, meski sangat ingin memiliki dan mendaftarkannya. Target yang sedang dikejar adalah pemasaran dan keberlangsungan produksi. Pemasaran dilakukan berdasarkan pesanan. Mereka membuat sendiri motifnya berupa cap dan *print*, batik tulis jarang diproduksi. Menurut pengrajin Say batik, bahwa motif asli Pekalongan berupa kembang bulat-bulat *ndemlok*. Batik Say juga tidak memproduksi batik tulis, dan belum memiliki merek terdaftar. Mereka hanya sesekali menempelkan tulisan di hem atau baju jadi yang telah dibuat dari kain yang diproduksinya, sedangkan pada kain yang diproduksi tidak tertera sama sekali merek atau cap atau pun logo apapun. Mereka ingin sekali mendapatkan penyuluhan tentang merek dan bagaimana cara atau

prosedur memperolehnya. Berbagai macam motif batik Pekalongan dengan merek-merek yang sebagian besar seadanya alias tidak terdaftar, termasuk Asti, Larissa, Wirokuto, Maskur, Azka, Jayawijaya, Maya, Raja, Samila, Erlita, la Za, Larisdhewe, Tirta, Qonita, Has711, Ismania, MAS, Iman, Dannis, Feno, Mahkota Agung, Amalia, Huza, Sana, Bona, Jayanti Jayanto, Say dan lain-lain. Penulis juga berkunjung ke pasar grosir Setono dan IBC, yang pada intinya di pasar grosir Setono lebih murah harganya dibandingkan IBC. Ini dimungkinkan karena lokasi dan fasilitas terkait harga sewa yang tentu sangat berbeda (IBC lebih mahal), namun motif batik yang dijual relatif sama.

### **1. Faktor penghambat dan pendukung**

Pekalongan yang dikenal sebagai Sentra Industri Batik, menyediakan daya tarik wisata belanja dengan tersebarnya grosir-grosir dan *showroom* batik unggulan di sepanjang jalan utama kota Pekalongan. Ide pembuatan Pasar Grosir ini muncul setelah para pengusaha batik di Kota Pekalongan membuat perkumpulan pengusaha Batik, dalam pertemuan ini muncul gagasan untuk membuat suatu tempat usaha yang menjadi pusat pemasaran produk batik. Kelengkapan produk batik dan letaknya yang sangat strategis membuat para wisatawan sering berkunjung ke Pasar Grosir Setono.

Kota Pekalongan adalah salah satu dari 35 Kota/ Kabupaten di Wilayah Propinsi Jawa Tengah. Dalam perkembangannya menuju persaingan bebas, Pemerintah Kota Pekalongan terus berbenah menggali potensi yang ada. Selama ini Kota Pekalongan telah dikenal sebagai KOTA BATIK yang merupakan sentra produksi dan penjualan batik dalam skala besar yang telah menjangkau Pasar Nasional maupun Internasional. Kota Pekalongan boleh dikatakan telah menjadi salah satu kota referensi bagi produk-produk Batik, baik secara Nasional maupun Internasional hal ini diperkuat dengan telah diresmikannya sebuah Museum Batik Nasional oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono pada tanggal 12 Juli 2006.

Batik Pekalongan termasuk batik pesisir yang paling kaya akan warna. Sebagaimana ciri khas batik pesisir, ragam hiasnya biasanya bersifat naturalis. Jika dibanding dengan batik pesisir lainnya Batik Pekalongan ini sangat dipengaruhi pendatang keturunan China dan Belanda. Motif Batik Pekalongan sangat bebas, dan menarik, meskipun motifnya terkadang sama dengan batik Solo atau Yogya, seringkali dimodifikasi dengan variasi warna yang atraktif. Tak jarang pada sehelai kain batik dijumpai hingga 8 warna yang berani, dan kombinasi yang dinamis. Motif yang paling populer dan terkenal dari pekalongan adalah motif batik Jlamprang

Batik Pekalongan banyak dipasarkan hingga ke daerah luar Jawa, diantaranya Sumatera Barat, Sumatera Selatan, Jambi, Minahasa, hingga Makasar. Biasanya pedagang batik di daerah ini memesan motif yang sesuai dengan selera dan adat daerah masing-masing. Keistimewaan Batik Pekalongan adalah, para pembatiknya selalu mengikuti perkembangan jaman, misalnya pada waktu penjajahan Jepang, maka lahir batik dengan nama 'Batik Jawa Hokokai', yaitu batik dengan motif dan warna yang mirip kimono Jepang. Pada umumnya batik Jawa Hokokai ini merupakan batik pagi-sore. Pada tahun enam puluhan juga diciptakan batik dengan nama tritura. Bahkan pada tahun 2005, sesaat setelah presiden SBY diangkat muncul batik dengan motif 'SBY' yaitu motif batik yang mirip dengan kain tenun ikat atau songket. Motif yang cukup populer akhir-akhir ini adalah motif Tsunami. Memang orang Pekalongan tidak pernah kehabisan ide untuk membuat kreasi motif batik.<sup>1</sup>

Berdasarkan pengamatan dan wawancara bebas dengan para pedagang dan pengrajin batik, bahwa sebenarnya mereka ingin Pemerintah lebih proaktif memfasilitasi segala keperluan bisnisnya, baik dari izin usaha dan keberlanjutannya serta perolehan HKI. Kebanyakan sentra batik banyak terdapat di daerah Wiradesa, Pesindon, dan Kauman, Buaran, Pekajangan dan sekitarnya, bahkan untuk pemasaran pun telah tersedia pasar batik grosir Setono dan IBC (*International Batik Center*). Setiap

---

<sup>1</sup>([http://birohumas.jatengprov.go.id/userfile/file/data\\_potensi\\_kabkota/Potensi\\_Daerah\\_Kota\\_Pekalongan.pdf](http://birohumas.jatengprov.go.id/userfile/file/data_potensi_kabkota/Potensi_Daerah_Kota_Pekalongan.pdf) diakses 6 Januari 2015)

sentra batik terdapat ratusan pengrajin (pengusaha *home industry*) yang membuka dagangannya di dalam ruang tamu atau seluruh bangunan rumahnya. Mereka memproduksi hanya sesuai dengan jumlah yang akan dipasarkan di Pekalongan, pesanan dari Jakarta atau daerah lain dan perlu bantuan jaringan kerjasama dan pemasaran yang lebih luas.

Dikaitkan pendapat Rizqi<sup>2</sup> merek hanyalah merupakan suatu tanda yang dilekatkan pada suatu barang yang berfungsi sebagai daya pembeda dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa. Tanda ini tidak berkaitan dengan kualitas barang atau jasa yang diperdagangkan. Penulis tidak sepenuhnya sependapat dengan pendapat ini, karena meskipun merek hanyalah penanda suatu produk komersil, akan tetapi maksud merek diumumkan, dipromosikan adalah untuk menggambarkan 'apa yang diberi tanda tersebut' mencerminkan *brand* suatu barang atau jasa, yang akan menghasilkan opini publik tentang kepercayaan terhadap kualitas produk dan pembangunan suatu reputasi. Jika saja masyarakat Batik Pekalongan diberikan sosialisasi, pelatihan, pendampingan dan insentif *prodeo*(gratis) perolehan merek terdaftar, tentu industri mereka makin percaya diri memasuki area global dan MEA. Mereka juga harus dibekali bagaimana cara perolehan HKI utamanya cara pembuatan merek dan pendaftarannya, hukum kontrak dan penyelesaian sengketa hukum khususnya dalam bidang hukum bisnis.

Hambatan kurangnya pengetahuan hukum dan insentif serta fasilitas legalitas merupakan hal yang perlu diberikan perhatian khusus oleh pemerintah, selain bantuan perolehan HKI, pelbagai pelatihan produksi, teknik dan manajemen. Peran organisasi juga perlu diaktifkan agar mampu melakukan agregasi secara kelompok menuju peningkatan produksi yang lebih baik. Peran Dinas Koperasi dan UMKM sangat diharapkan mampu menyokong usaha kecil ini. Mereka belum memahami betul apa pentingnya keterkenalan merek, apa perlunya merek terdaftar, dan bagaimana jika mereknya melanggar merek terdaftar milik orang lain.

---

<sup>2</sup>Azmi, M. Rizqi. 2012. Implementasi TRIPs terhadap Perlindungan Hukum Indikasi Geografis dan Dampaknya bagi Indonesia, dalam *Demokrasi, Penegakan Hukum dan Perlindungan HKI*, UIR Press, hal. 77

Pengetahuan tentang fungsi merek belum dikenali, seperti halnya fungsi pembeda yakni membedakan produk satu perusahaan dengan produk perusahaan lain, fungsi jaminan reputasi yakni selain sebagai tanda asal usul produk juga secara pribadi menghubungkan reputasi produk bermerek tersebut dengan produsennya, sekaligus memberi jaminan kualitas akan produk tersebut, fungsi promosi yakni merek juga digunakan sebagai sarana memperkenalkan produk baru dan mempertahankan reputasi produk lama yang diperdagangkan, sekaligus untuk menguasai pasar, dan fungsi rangsangan investasi dan pertumbuhan industri yakni merek dapat menunjang pertumbuhan industri melalui penanaman modal baik asing maupun dalam negeri dalam menghadapi mekanisme pasar bebas.

Selain pemahaman tentang hukum bisnis dan HKI yang kurang, tentang pengetahuan penyelesaian sengketa hukum juga belum dimengerti, misalnya tentang wanprestasi dalam perjanjian dagang terkait transaksi jual beli batiknya. Dalam rangka memberi kepastian hukum pada penggunaan merek, maka di samping penerapan regulasi yang tepat, juga perlu dibarengi penegakan hukum. Mengikuti pendapat Soekanto<sup>3</sup> bahwa faktor-faktor penegakan hukum terdiri atas: faktor hukumnya sendiri, penegak hukumnya, sarana dan fasilitas penegakan hukum, masyarakat dan kebudayaan, maka perlu pembangunan budaya hukum yang bisa menumbuhkan kesadaran hukum masyarakat makin meningkat seiring laju perkembangan bisnisnya. Ini bisa dimulai dengan sosialisasi, pengayaan pengetahuan melalui forum ilmiah dan pelbagai penyuluhan dan pelatihan, pendampingan hukum, dan *need assesment* terhadap aspirasi masyarakat akan perlunya hukum baik bersifat penegakan hukum preventif (regulasi), maupun represif, serta kebijakan pemerintah dan perhatian/kepedulian instansi terkait dan LSM yang relevan dengan produksi batik. Juga diperlukan pendampingan dalam hal manajemen dan pemasaran serta *link* kerjasama dan pemanfaatan IT untuk kebutuhan promosinya.

Ketersediaan sarana dan prasarana bisnis yang memadai dengan sumber daya alam yang cukup, sumber daya manusia yang cukup, dengan

---

<sup>3</sup>Soerjono, Soekanto2011, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum*, Jakarta: Raja Grafindo, hal. 8-9

*skill* yang cukup dan modal yang cukup (meskipun sebagian besar ingin naik dari usaha kecil ke usaha menengah), merupakan faktor pendukung upaya pengayaan materi hukum utamanya hukum bisnis/ kontrak maupun penyadaran hukum HKI yang dilakukan. Dengan kesadaran mengikuti perkembangan bisnis, sifat keramahan dan keterbukaan terhadap informasi yang akan diberikan, maka menjadi bekal potensial dalam upaya peningkatan kesadaran hukum tentang pentingnya kepemilikan merek terdaftar. Kepemilikan merek terdaftar sangat penting bagi tumbuhnya iklim bisnis yang lebih baik di kalangan *home industry* kampung-kampung Batik Pekalongan, agar mampu bersaing di era MEA ini, merajai pasar domestik dan mampu mengenalkan produknya dengan *brandmark* di pasar luar negeri. Mereka perlu diberi pengetahuan hukum yang cukup bagaimana perolehan merek terdaftar serta perkembangannya supaya menjadi merek terkenal di suatu hari nanti.

Mencermati faktor penghambat dan pendukung kesadaran hukum pembatik Pekalongan ini, maka diperlukan pemecahan masalah berupa revitalisasi peran baik dari pihak pemerintah dan instansi terkait, maupun dari diri pembatik sendiri akan mampu berdaya guna. Perlu dilakukan pemberdayaan masyarakat dalam perlindungan Kekayaan Intelektual yang tentu saja mengacu pada program pemberdayaan pemerintah. Memberdayakan adalah merupakan suatu proses yang dilakukan oleh Pemerintah dan/ atau kelompok berbasis komunitas untuk mengelola sekaligus melindungi hak kekayaan intelektual yang dimilikinya. Salah satu strategi yang dapat dikembangkan dalam memberdayakan masyarakat dalam mengelola dan melindungi adalah dengan konsep partisipatif. Pemberdayaan masyarakat dengan pendekatan partisipatif diarahkan untuk mengelola sekaligus melindungi hak kekayaan intelektual yang dimilikinya. Seperti diketahui bahwa secara konseptual pemberdayaan masyarakat dengan pendekatan partisipatif dapat dijelaskan: i) pemetaan potensi wilayah, yang meliputi potensi SDA, SDM, kondisi sosial budaya, ketersediaan sarana prasarana sosial ekonomi serta potensi perekonomian, ii) melakukan analisis dari hasil pemetaan potensi untuk menentukan

beberapa alternatif pengembangan usaha, iii) analisis kelayakan dari berbagai pilihan usaha yang telah ditetapkan sebagai dasar dalam menentukan usaha yang akan dijadikan fokus (usaha inti), usaha pendukung, usaha terkait, usaha hulu dan hilir serta lembaga-lembaga yang akan melakukan *support* pada pengembangan usaha, iv) *output* yang diharapkan dengan konsep ini adalah penyerapan tenaga kerja, pertumbuhan ekonomi wilayah, pertumbuhan investasi dan penurunan angka kemiskinan (Soenyono, 2007). Dengan tetap memomorsatukan ciri utama pemberdayaan masyarakat yakni menitikberatkan pada kebijakan "*indigenous development*" menggunakan potensi sumber daya manusia, lembaga dan fisik setempat/ lokal. Dengan demikian, memberdayakan masyarakat dapat dilakukan dengan mengintegrasikan upaya mobilisasi para aktor, mengorganisir sumberdaya, mengoptimalkan lembaga-lembaga yang ada dan membentuk lembaga baru serta pemilihan kegiatan-kegiatan yang strategik dalam mendukung pengembangan wilayah. Masyarakat asli atau *indigenous people* sebagai pewaris dan pemilik karya tradisional termasuk batik Pekalongan patut diberdayakan supaya mampu berpartisipasi, tidak hanya sebagai penjaga ataupun pencipta, akan tetapi juga berperan serta dalam upaya perlindungan terhadap karya batik. Partisipasi dalam perlindungan ini bisa berbentuk upaya *defense* apabila ada pihak lain yang akan mengeksploitasi karya tradisional tanpa ijin. Untuk itu diperlukan motivasi, kesadaran dan partisipasi pembatik yang proaktif guna pemenuhan kepentingan pribadi dan kepentingan bangsa.

Pembinaan perilaku dan kesadaran hukum juga tidak bisa dilihat sebagai sesuatu yang berdiri sendiri, tanpa menyadari, bahwa ada semacam syarat yang sebaiknya dipenuhi seperti kesejahteraan ekonomi. Mentargetkan pembinaan kesadaran hukum dan perilaku di tengah-tengah kesulitan ekonomi rakyat bisa digolongkan sebagai suatu program yang sulit dicapai. Sebenarnya untuk mencari bentuk atau pun sistem perundangan yang tepat perlu ditumbuhkan kesadaran hukum dan partisipasi berbagai pihak baik masyarakat maupun pemerintah. Seharusnya batik Pekalongan seperti halnya batik-batik di tanah air dapat

dilindungi secara maksimal, dan apabila dimungkinkan maka tindakan *promote and protect* harus diaktifkan. Perlindungan ini mutlak perlu agar pihak lain tidak dapat memperoleh manfaat ekonomis atas hak kekayaan intelektual yang telah dimiliki nenek moyang secara turun temurun. Hukum kekayaan intelektual, hukum kontrak dan peraturan hukum yang sedang dirancang khusus untuk melindungi *traditional knowledge* dan *folklore*, (dalam hal ini khususnya batik Pekalongan) seharusnya mengutamakan kepentingan masyarakat *indigenous people*.<sup>4</sup> Dengan meningkatnya arus modernisasi dan globalisasi, proses perubahan dari kesadaran komunal menjadi lebih individual akan terjadi. Konsep HKI yang individualisme telah membuka mata hati masyarakat tidak terkecuali para pewaris batik. Mereka perlu motivasi untuk mendaftarkan merek, yang tentu saja perlu didampingi dan diberikan perhatian khusus. Peluang untuk mempromosikan ekspresi budaya tradisional sekaligus melindunginya menjadi sesuatu yang penting untuk merangkul posisi batik Pekalongan ini dan kepentingan masyarakat pembatik Pekalongan yang memilikinya. Jadi solusi hukum terhadap permasalahan merek terdaftar yang sebagian besar belum dimiliki oleh masyarakat pembatik Pekalongan dapat dimulai dengan mengatasi masalah budaya hukum, mengangkat batik dan menumbuhkan kesadaran hukum masyarakat untuk menjaga dan melindunginya, melestarikan dengan tetap berproduksi, menciptakan kreasi baru dan memberi tanda pembeda melalui merek dengan mendaftarkannya ke Ditjen HKI.

Pemerintah dan masyarakat selanjutnya mampu memadukan peran untuk membangun dan memperkuat budaya dan pengembangan teknologi agar saling mengisi demi perlindungan kepentingan nasional. Penguasaan dan pembentukan budaya harus dilakukan secara berkesinambungan dan terus menerus sehingga secara bersinergi dapat menumbuhkan kesadaran hukum yang diinginkan. Peran-peran lain seperti Konsultan, instansi terkait lain secara interaktif saling mengisi, sehingga mampu memberikan

---

<sup>4</sup>Endang Purwaningsih, "Implikasi Hukum Paten dalam Perlindungan Traditional Knowledge" *Jurnal Hukum YARSI* Vol.2.no.1 November 2005. hal 29.

landasan yang kuat bagi tumbuhkembangnya pemajuan Ipteks, pemberdayaan SDM dan penguasaan hukum.

Pemerintah daerah seharusnya merupakan pihak yang paling mengerti tentang *indigenous people* dan pengetahuan tradisional khususnya terkait batik Pekalongan, sehingga perlu inisiatif dan proaktif dari pemerintah daerah untuk memajukan pengetahuan tradisionalnya. Ditjen HKI, Dinas Pariwisata dan Pemerintah Daerah biasanya ingin sekali menonjolkan ikon suatu daerah agar lebih *go* nasional atau pun internasional, untuk itu demi menunjang perlindungan pengetahuan tradisional, diharapkan bekerjasama dengan Dinas Perindustrian dan Dinas Perdagangan secara berkesinambungan dengan cara memantau perkembangan bantuan yang diberikan, selain itu juga masyarakat mengharapkan lembaga ini memegang tugas penting antara lain:

- (1) Melakukan pendataan pengrajin dan desain/ motif batik
- (2) Membuatkan Ikon industri daerah yang layak jual baik nasional dan internasional dengan mengangkat batik Pekalongan yang telah turun temurun dijaga dan dilestarikan, dan
- (3) Memberikan pelatihan bidang teknis, manajemen, hukum dan pemasaran memfasilitasi perolehan merek terdaftar

## **PENUTUP**

### **1. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut.

1. Kondisi budaya hukum masyarakat terkait kesadaran hukum pada masyarakat pengrajin batik Pekalongan terhadap kepemilikan merek terdaftar masih kurang, masyarakat pembatik perlu diberikan pemberdayaan yang partisipatif untuk meningkatkan kesadaran hukum terhadap pentingnya memiliki merek terdaftar.
2. Faktor penghambat dan pendukung tumbuhnya kesadaran hukum terhadap kepemilikan merek terdaftar adalah kurangnya motivasi terkait fasilitas insentif yang diberikan/ uluran tangan dan bekal pengetahuan yang cukup

bagi masyarakat pembatik. Faktor pendukung yakni ketersediaan sarana prasarana yang memadai sebagai kota industri batik perlu dibenahi dengan revitalisasi peran melalui pemberdayaan. Perlu mengatasi masalah budaya hukum, mengangkat batik dan menumbuhkan kesadaran hukum masyarakat untuk menjaga dan melindunginya, melestarikan dengan tetap memproduksi, menciptakan kreasi baru dan memberi tanda pembeda melalui merek dengan mendaftarkannya ke Ditjen HKI.

## 2. Saran

1. Masyarakat pengrajin batik seharusnya lebih diberdayakan untuk *promote and protect* batiknya sendiri, dengan pelbagai uluran perhatian dari berbagai pihak
2. Pemerintah sebagai pihak paling berkepentingan beserta jajaran Pemda dan organisasi pengrajin batik seharusnya lebih dioptimalkan kerjasamanya demi keberlanjutan dan perlindungan batik Pekalongan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Citrawinda, Cita, 2006. Perlindungan terhadap Karya Budaya yang Tidak diketahui Penciptanya, Jurnal Media HKI vol.III no.1 Feb 2006, Ditjen HKI
- Ditjen HKI, 2011, Kompilasi Perundang-undangan Hak Kekayaan Intelektual.
- Depdikbud. (1995). *Strategi pengembangan peranserta masyarakat di bidang pendidikan*. Jakarta: Dirjen Dikdasmen.
- Hariyani, Iswi. 2010. *Prodedur Mengurus HAKI yang Benar*, Yogyakarta: Pustaka Yustisia
- Lastami, Sri . Media HKI vol.IX/No.05/Oktober 2012 (Pelanggaran Merek)
- Maulana, Insan Budi, 2006. Masalah Prosedur dan Penuntutan Hak dalam Hal Perlindungan terhadap Pemanfaatan Pengetahuan Tradisional dan Ekspresi Folklor., Makalah pada Simposium “Menuju UU Sui Generis Perlindungan terhadap Pemanfaatan Penegtahuan Tradisional dan Ekspresi Folklor”, Jakarta: Ditjen HKI Dep Hukum dan HAM, 13 November 2006.
- Media HKI Ditjen HKI Departemen Hukum dan HAM RI vol III/no.1 Februari 2006

- Media HKI Ditjen HKI Departemen Hukum dan HAM RI vol VI/no.2 Desember 2005
- Miru, Ahmadi. 2005, *Hukum Merek*, Jakarta:RajaGrafindo
- Muhammad, Abdul Kadir. 2001 *Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*, Bandung: PT Citra Aditya Bakti
- Naskah Akademik Pengetahuan Tradisional (BPHN dan Ditjen HKI RI, 2006)
- Pengetahuan Tradisional (*Traditional Knowledge*) (CD dan buku) Kementerian Riset dan Teknologi RI
- Purwaningsih, Endang. 2012. *Hak Kekayaan Intelektual dan Lisensi*, Bandung: Mandar Maju.
- Purwaningsih, Endang, 2005. *Perkembangan Hukum Intellectual Property Right* (Kajian Komparatif). Jakarta: Ghalia Yudistira
- Purwaningsih, Endang, 2009. *Kapita Selekta Hukum Ekonomi*. Kediri: Jengala Puistaka Utama
- Purwaningsih, Endang, 2005. Implikasi Hukum Paten dalam Perlindungan Traditional Knowledge, *Jurnal Hukum YARSI* Vol.2.no.1 November 2005
- Purwaningsih, Endang, 2008. Hak Kekayaan Intelektual dan Lisensi, hand out.
- Rizqi, Azmi, M. 2012. Implementasi TRIPs terhadap Perlindungan Hukum Indikasi Geografis dan Dampaknya bagi Indonesia, dalam *Demokrasi, Penegakan Hukum dan Perlindungan HKI*, UIR Press
- Saidin, OK 2010. *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Jakarta: Rajawali Pers
- Salman, Otje dan Anton F. Susanto. 2004. *Teori Hukum*, Bandung: Refika Aditama)
- Sardjono, Agus, 2005. Upaya Perlindungan HKI yang terkait dengan GRTKF di Tingkat Nasional dan Internasional (Upaya yang Belum Sebanding), *Jurnal Media HKI* vol.VI no.2 Desember 2005, Ditjen HKI
- Siagian, Rizaldi, 2006. Jenis-Jenis Pemanfaatan atas Pengetahuan Tradisional dan Ekspresi Folklor yang perlu dilindungi dan Implikasi Pemanfaatannya, Simposium ” Menuju UU Sui Generis Perlindungan terhadap Pemanfaatan Pengetahuan tradisional dan Ekspresi Folklor”, Jakarta 13 November 2006.
- Spradley, James P. (1997). *The Ethnographic Interview*. Alih bahasa Misbah Zulfa Elizabeth “Metode Etnografi.” Yogyakarta: PT Tiara Wacana.

Subekti, R., 2008, *Hukum Perjanjian*, Jakarta: Intermedia

Subekti, R., 2007, *Hukum Pembuktian*, Jakarta: Pradnya Paramita

Soekanto, Soerjono, 2011, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum*, Jakarta: Raja Grafindo

Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (Sisnas P3 Ipteks)

[www.hukumonline.com](http://www.hukumonline.com)

[www.legalakses.com](http://www.legalakses.com)

[http://birohumas.jatengprov.go.id/userfile/file/data potensi kabkota/Potensi Daerah Kota Pekalongan.pdf](http://birohumas.jatengprov.go.id/userfile/file/data_potensi_kabkota/Potensi_Daerah_Kota_Pekalongan.pdf) diakses 6 Januari 2015)