

HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL (HKI) SEBAGAI PENDUKUNG EKONOMI KREATIF BAGI PELAKU USAHA DI KELURAHAN BONTANG KUALA

Intellectual Property Rights (IPR) as a Support for Creative Economy to Business Actors in Bontang Kuala Sub-district

Sonia Togatorop, Fakultas Hukum, Universitas Mulawarman, Samarinda
Singgih Daru Kuncara*, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Mulawarman, Samarinda.
Email: singgih.daru.kuncara@fib.unmul.ac.id. Orcid: 0000-0003-4776-3489

Abstract: *The creative economy is one of the references for running a business in Indonesia. By pouring creative ideas into creating products and businesses with their characteristics for their creators. One of the forms of the creative economy is naming as the identification of the products produced. As is the case with Bontang Kuala, one of the sub-districts in the city of Bontang, the products that are well known by the community are shrimp paste, candied seaweed, salted fish, and the sambal gami, which have identification marks as brands that are disseminated in the community. The identification tag attached to the product has the potential for intellectual property because it has characteristics other business actors do not have. This well-known brand for a product is urgent for business actors in Bontang Kuala to be registered with the DJKI or the Ministry of Law and Human Rights in Samarinda, because it will get recognition and encourage Indonesia's creative economy, especially the Bontang Kuala creative economy. There are still many people in Bontang Kuala who do not know the potential of IPR, so it is necessary to introduce the brand used in the product and notify them that this potential can be registered online on the DJKI website or offline at the Office of the Ministry of Law and Human Rights of East Kalimantan Province. The potential of IPR is introduced through a direct socialization method so that business actors can understand the potential of IPR and its urgency in supporting the creative economy in Bontang Kuala. The result of this socialization activity is that Bontang Kuala business actors can find out that the brand they have been using in marketing their products to the general public is a potential IPR and become one of the supporters of Bontang Kuala's creative economy, which has an impact on Bontang Kuala's economy. This is also shown from the results of the discussions carried out during the socialization activities and the results of the post-test, which were completed after the socialization session ended.*

Keywords: *Creative Economy; Business Actors; Intellectual Property Rights.*

Abstrak: Ekonomi kreatif menjadi salah satu acuan dalam menjalankan usaha di Indonesia. Dengan menuangkan ide dan gagasan yang kreatif dalam penciptaan produk dan usaha yang memiliki ciri khas tersendiri bagi penciptanya. Salah satu dari bentuk ekonomi kreatif itu sendiri adalah pemberian nama sebagai tanda pengenal terhadap produk yang dihasilkan. Seperti halnya Bontang Kuala, salah satu kelurahan yang ada di kota Bontang, produk yang telah terkenal

dihasilkan oleh masyarakatnya adalah terasi, manisan rumput laut, ikan asin, dan olahan khas sambal gami memiliki tanda pengenal sebagai merek yang disebarluaskan di masyarakat. Tanda pengenal yang melekat pada produk tersebut memiliki potensi kekayaan intelektual karena memiliki ciri khas tersendiri yang tidak dimiliki oleh pelaku usaha yang lain. Merek yang telah dikenal terhadap suatu produk ini menjadi urgen bagi pelaku usaha di Bontang Kuala untuk didaftarkan ke DJKI atau ke Kementerian Hukum dan HAM yang ada di Kota Samarinda, karena akan mendapat pengakuan dan mendorong ekonomi kreatif Indonesia terkhusus ekonomi kreatif Bontang Kuala. Masih banyak masyarakat Bontang Kuala belum mengetahui potensi HKI tersebut, sehingga perlu dilakukan pengenalan terhadap merek yang digunakan di produk serta memberitahukan bahwa potensi tersebut dapat didaftarkan secara online di laman DJKI maupun secara offline di Kantor Kementerian Hukum dan HAM Provinsi Kalimantan Timur. Pengenalan potensi HKI ini dilakukan melalui metode sosialisasi secara langsung agar pelaku usaha dapat memahami potensi HKI serta urgensinya dalam mendukung ekonomi kreatif di Bontang Kuala. Hasil dari kegiatan sosialisasi ini adalah pelaku usaha Bontang Kuala dapat mengetahui bahwa merek yang selama ini yang mereka gunakan dalam memasarkan produknya ke khalayak umum merupakan potensi HKI dan menjadi salah satu pendukung ekonomi kreatif Bontang Kuala yang berdampak pada ekonomi Bontang Kuala, hal ini pun ditunjukkan dari hasil diskusi yang telah dilaksanakan pada saat kegiatan sosialisasi, serta hasil posttest yang diisi setelah sesi sosialisasi berakhir.

Kata Kunci: Ekonomi Kreatif; Pelaku Usaha; HKI.

A. PENDAHULUAN

Negara Indonesia telah mengenal ekonomi kreatif yaitu sebuah industri dengan adanya kegiatan dari ide kreatif dalam proses penciptaan suatu produk barang atau jasa. Berangkat dari ekonomi kreatif yang telah dimiliki oleh masyarakat luas, salah satu hal yang saat ini paling banyak dimiliki oleh masyarakat adalah mengenai penggunaan brand atau nama merek yang dimiliki dalam menjalankan bisnis atau usahanya. Kemajuan yang dimiliki oleh masyarakat dalam bidang kreatif ini menjadi dasar dalam memunculkan ide dan kreatif baru untuk meningkatkan sumberdaya tanpa batas yang memiliki nilai ekonomi, namun terkadang juga menimbulkan hal negatif berupa kecurangan misalnya adanya pengakuan orang lain atas brand atau nama usaha yang sama, juga adanya plagiat atas nama produk oleh pelaku usaha yang berbeda, maka apabila telah terdaftar maka akan terlindung pemilik sah dari brand tersebut terhadap nama usaha yang dijalankan oleh masyarakat. Adanya tanda pengenal yang dibuat oleh pelaku usaha menjadi bagian yang termaktub sebagai gagasan, ide dan pemikiran. Ide yang dimiliki oleh pelaku usaha berpotensi bagian Hak Kekayaan Intelektual (HKI).

Hak Kekayaan Intelektual (HKI) merupakan hasil proses kemampuan berpikir manusia yang dituangkan ke dalam bentuk ciptaan atau penemuan. Ciptaan itu nantinya akan menjadi suatu hasil yang memiliki ciri tersendiri dari hasil akal manusianya sehingga kepemilikannya juga diberikan kepada pencipta kreasi tersebut (Budi Asri, 2020 : 134). Karya tersebut nanti akan memiliki bentuk tersendiri untuk dipasarkan, namun sebelum dipasarkan karya tersebut harus didaftarkan dulu sebagai hak atas pelaku usaha agar dilindungi oleh hukum. Selain itu, pendaftaran yang dilakukan ini juga sebagai tanda bahwa pelaku usaha terbukti mampu mendorong daya tarik wisata dengan produk khas daerahnya karena para wisatawan selain tertarik dengan wisata alamnya akan tertarik juga dengan oleh-oleh khas daerah wisata tersebut,

oleh sebab itu daya tarik yang dimiliki di bidang makanan ini juga sebagai salah satu bentuk pengembangan ekonomi kreatif dari daerah wisata tersebut.

Pentingnya pendaftaran kekayaan intelektual ini mewajibkan pelaku usaha mendaftarkan tanda pengenal miliknya untuk mendapat perlindungan hukum. Selain itu penerapan HKI merupakan hak untuk mendapatkan suatu nilai secara ekonomi, dimana terkenalnya nama brand atau merek terhadap produk mampu memberikan nilai jual yang sangat tinggi bagi pelaku usaha, dikarenakan telah mendapatkan pengakuan dari masyarakat luas mengenai produk yang dipasarkan, jaminan atas mutu barangnya telah diakui. Kemudian, secara tertulis telah diakui sebagai brand khas daerah dan atas nama pelaku usaha yang mendaftarkan ke DJKI serta dapat dikatakan hasil kreativitas intelektual yang sangat berpotensi sebagai pendorong ekonomi kreatif di dalam daerah tersebut.

Brand dan merek memiliki kesinambungan satu sama lainnya, dimana dalam memasarkan produk yang telah dikenal dengan nama brand tertentu selalu menjadi penyebutan khas di daerah tersebut dan menjadi merek yang dianggap melekat pada produk atau usaha yang digunakan. Brandnya menjadi pengendali pasar di kalangan masyarakat yang telah mengenalnya dan mereknya menjadi tanda pengenal khas yang selalu disebut di masyarakatnya. Branding dapat menjadi ciri khas yang dikenali oleh konsumen sehingga bertahan lama di benak konsumen, itulah alasan kuat mengapa brand dan merek tidak dapat dipisahkan.

Di Indonesia pengakuan terhadap merek sudah diatur dalam perundang-undangan yaitu UU. No 20 Tahun 2016 Tentang Hak Merek dan Indikasi Geografis. Nama merek yang dihasilkan akan diberi perlindungan hukumnya dan kepastian hukumnya bagi dunia perdagangan dan bahkan dalam menghadapi perkembangan perekonomian, selain itu juga menjamin perlindungan potensi ekonomi lokal dan nasional sehingga perlu didaftarkan. Pendaftaran terhadap merek atau tanda pengenal terhadap suatu usaha dan juga nama produk dalam berusaha dapat dilakukan oleh pelaku usaha dengan diajukan ke kantor Kementerian Hukum dan HAM yang berada di lokasi pelaku usaha. Misalnya masyarakat Bontang Kuala yang ingin mendaftarkan mereknya maka akan dapat mendatangi kantor Kementerian Hukum dan HAM di Provinsi Kalimantan Timur. Selain itu, pendaftaran yang paling mudah dapat dilakukan dengan online yakni mengunjungi laman web DJKI (Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual) dengan beberapa persyaratan yang harus dipenuhi pelaku usaha.

Dalam pelaksanaan kegiatan ini kepada masyarakat, masih banyak ditemukan minimnya pemahaman masyarakat mengenai merek terhadap suatu produk yang mereka hasilkan sendiri. Pelaku usaha yang mengolah suatu produk telah memiliki nama yang dianggap sebagai tanda pengenal untuk memperdagangkan produknya, namun tanda pengenal itu hanya berhenti sampai disitu saja, karena masih banyak juga masyarakat yang belum tau bahwa merek yang mereka cantumkan dalam produk adalah potensi dari Kekayaan Intelektual. Dibutuhkan pemahaman masyarakat bontang kuala khususnya bagi pelaku usaha terkait kekayaan intelektual yang dimiliki yaitu berupa merek produk yang dihasilkan agar mempunyai kemauan untuk mendaftarkan produknya ke DJKI (Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual) kemudian masyarakat akan lebih mengetahui bahwa jika didaftarkan nama merek yang mereka buat maka produk pelaku usaha akan mendapatkan perlindungan hukum yang jelas, untuk itu perlu diadakannya sosialisasi kepada Pelaku Usaha yang mempunyai produk dan memberi nama tanda pengenal sebagai merek produknya untuk mengajukan permohonan pendaftaran HKI.

Beberapa pemahaman yang dimiliki pelaku usaha di Bontang Kuala, memerlukan pemahaman baru yakni kesadaran pentingnya Pendaftaran Merek Produk sebagai Kekayaan Intelektual dan nantinya akan mendapatkan perlindungan hukum yang jelas. Memberitahukan

kepada masyarakat juga bahwa proses pendaftaran ini tidak rumit. Kesadaran dan pemahaman tentang pentingnya pendaftaran merek produk ini sangat perlu ditanamkan mulai sekarang karena potensi untuk meningkatkan ekonomi kreatif dari Bontang Kuala sangat besar, bisa dimulai dari pelaku usahanya yang menghasilkan produk produk terkenal yakni olahan Terasi, Rumput laut, Ikan asin dan olahan sambal gami Khas Bontang Kuala, maka perlu disosialisasikan kepada masyarakat Bontang Kuala pentingnya pendaftaran merek yang telah dimiliki oleh pelaku usaha.

B. METODE PELAKSANAAN

Sebelum pelaksanaan kegiatan ini, telah dilakukan survei terlebih dahulu bahwa banyak pelaku usaha yang ada di kelurahan Bontang Kuala telah memiliki nama untuk setiap produk yang mereka jual, telah memiliki nama untuk usaha yang dijalankan misalnya produk ikan asin yang diberi nama “Putri Paser”, produk terasi dengan nama “ Putri Kabul”, dan masih banyak lagi nama produk sebagai tanda pengenal usaha mereka, nama produk ini telah terkenal di Bontang Kuala, namun belum ada satupun nama dari brand produk tersebut yang didaftarkan sebagai Kekayaan Intelektual. Ini merupakan salah satu potensi Kekayaan Intelektual yang sangat urgen untuk didaftarkan karena salah hal ini menjadi satu salah satu daya tarik untuk meningkatkan ekonomi kreatif yang ada di kelurahan Bontang Kuala.

Metode pelaksanaan kegiatan program kerja KKN individu ini dilakukan dengan menggunakan metode sosialisasi. Target dalam kegiatan ini adalah pelaku usaha yang ada di kelurahan Bontang Kuala. Dengan tujuan kegiatan yaitu, untuk memperkenalkan pentingnya pendaftaran brand dan merek sebagai potensi kekayaan intelektual dan mengajak para pelaku usaha yang telah memiliki brand berupa tanda pengenal terhadap produk dan nama usaha untuk mendaftarkan ke DJKI karena selain sebagai pendukung ekonomi kreatif juga sebagai daya tarik terhadap desa wisata yang ramai dikunjungi wisatawan. Sebelum sosialisasi dilakukan terlebih dahulu membagikan kuesioner kepada pelaku usaha yang hadir dengan mengisi jawaban atas pertanyaan yang telah disediakan secara tertulis. Pertanyaan yang tertulis tersebut berisikan mengenai apakah pelaku usaha yang berada di Bontang Kuala tersebut telah mengenal merek dan apakah menurut mereka merek merupakan penting dalam menjalankan usaha di Bontang Kuala.

Setelah kuesioner diisi maka dilanjutkan dengan sosialisasi. Sosialisasi yang dimulai dari pengenalan merek, pentingnya pendaftaran merek dan terakhir proses pendaftaran, selanjutnya di kegiatan akhir dilakukan dengan membagikan post test berupa pertanyaan apakah para pelaku usaha tersebut telah mengerti mengenai merek, pentingnya merek dan pendaftaran merek. Penyampaian materi dalam kegiatan ini disampaikan langsung oleh satu orang Mahasiswa KKN. Kegiatan sosialisasi kepada masyarakat dilaksanakan di kelurahan Bontang Kuala dan dihadiri oleh 43 pelaku Usaha di Bontang Kuala. Sosialisasi ini dilakukan secara *offline* atau bertatap muka di ruang rapat kantor kelurahan Bontang Kuala.

C. HASIL DAN DISKUSI

Kegiatan diawali dengan berdiskusi bersama pihak kelurahan Bontang Kuala untuk mendapatkan informasi yang diperlukan dalam pelaksanaan sosialisasi terhadap masyarakat. Dengan mempertimbangkan kegiatan masyarakat yang paling banyak di Bontang Kuala sebagai destinasi wisata di Kota Bontang adalah membuka usaha di sekitar Bontang Kuala, maka sosialisasi yang dirancang tidak jauh-jauh dari topik tentang pelaku usaha. Para pelaku usaha yang ada di Bontang Kuala sengaja dipilih sebagai target sasaran sosialisasi karena dari survei

yang telah dilakukan, masih banyak pelaku usaha yang telah memiliki nama sebagai tanda pengenal terhadap usaha dan terhadap produk yang dihasilkan pelaku usaha tersebut namun tidak didaftarkan sebagai hak milik pelaku usaha ke DJKI dan para pelaku usaha di Bontang Kuala belum paham bahwa merek dan brand yang mereka gunakan sehari-hari itu terkategori sebagai potensi Kekayaan Intelektual.



Gambar 1 Produk Terasi dari Pelaku Usaha Bontang Kuala



Gambar 2 Olahan Rumput Laut menjadi manisan



Gambar 3 Produk Terasi Batang, Terasi udang bubuk, dan Manisan Rumput

laut “ Putri Kabul”

Setelah dilakukan diskusi singkat kepada pelaku usaha mengapa mereka belum mendaftarkan tanda pengenal mereka ke DJKI, jawaban mereka adalah karena mereka belum mengetahui apa itu merek dan brand yang didaftarkan ke DJKI, apa fungsinya dan bagaimana cara mendaftarkannya. Berangkat dari diskusi ini maka dapat dikatakan bahwa perlunya pemahaman kepada para pelaku usaha untuk memperkenalkan urgensinya pendaftaran merek produk ke DJKI dan juga sebagai pendukung ekonomi kreatif dari Bontang Kuala. Untuk produk dan pemberian nama telah memadai hanya saja kembali lagi ke pelaku usahanya apakah bersedia untuk mendaftarkan nama tersebut kepada DJKI atau juga didaftarkan ke Kantor Kementerian Hukum dan HAM Kalimantan Timur.



Gambar 4 *Pelaksanaan Sosialisasi “Pentingnya Pendaftaran Brand Haki Berupa Merek Produk Yang Dimiliki Oleh Pelaku Usaha Di Bontang Kuala Sebagai Pendukung Ekonomi Kreatif “*

Kegiatan sosialisasi dilakukan di Kantor Kelurahan Bontang Kuala yang dihadiri oleh Para Pelaku Usaha Anjungan dan sekitar Bontang Kuala, yang sangat antusias mengikuti sampai selesai. Sosialisasi tersebut berisi tentang Hak Kekayaan Intelektual sebagai pendukung ekonomi Kreatif bagi pelaku usaha yang ada di kelurahan Bontang Kuala. Dalam pelaksanaan sosialisasi yang dihadiri oleh Lurah Bontang Kuala ini menekankan bahwa adanya potensi yang dimiliki oleh Bontang Kuala sebagai desa wisata tidak melulu tentang keadaan alamnya saja, namun juga perlu fokus pada makanannya yang khas. Banyak makanan khas Bontang Kuala telah terkenal di berbagai kalangan di mulai dari makanan khas yang bernama Sambal Gami Bontang Kuala, Ikan asin, terasi dan manisan rumput lautnya.

Berangkat dari pernyataan kuesioner pre test, ada beberapa pertanyaan yang dituliskan oleh pemateri yaitu, apakah para pelaku usaha telah mengenal apa itu merek dan apakah merek penting untuk diketahui pelaku usaha. Adanya pemahaman yang kurang membuat masyarakat bontang kuala khususnya pelaku usaha belum mengetahui apa itu brand merek dan apa urgensinya untuk masyarakat serta apakah penting untuk didaftarkan sebagai hak milik pelaku pencipta mereknya, serta dampaknya terhadap ekonomi kreatif di kelurahan Bontang Kuala sebagai desa wisata yang berada di kota Bontang. Banyak pelaku usaha di Kelurahan Bontang Kuala belum mengetahui perlindungan terhadap HKI merupakan hal yang sangat penting. Hal ini diperlukan karena Bontang Kuala sebagai desa wisata yang banyak dikunjungi wisatawan

memiliki potensi besar di bidang ekonomi kreatif dan kekayaan alam yang melimpah, sehingga dukungan terhadap perlindungan HKI dari penggunaan tanda pengenal produk dan usaha mereka perlu dioptimalkan. Perkembangan ekonomi kreatif yang dialami oleh masyarakat Bontang Kuala selaku pelaku usaha nantinya akan mampu juga berkontribusi terhadap ekonomi kreatif Indonesia sehingga Bontang Kuala semakin dikenal di Indonesia.

Kreatifitas yang dimiliki oleh pelaku usaha dalam bentuk ide yang dituangkan terhadap tanda pengenal produk dan nama usahanya mendorong inovasi yang menciptakan nilai tambah yang lebih tinggi sehingga mengajak pelaku usaha lainnya untuk berinovasi memberikan karya terbaik sebagai tanda pengenal untuk usaha mereka. Pendaftaran HKI di Bontang Kuala belum menjadi perhatian yang serius. Hal ini berdasarkan pada rendahnya pengajuan permohonan HKI dari Bontang Kuala, sementara pelaku usaha sangat banyak di Bontang Kuala dan telah menggunakan nama merek atau brand untuk setiap usaha yang dijalankan oleh pelaku usaha. Terkadang pelaku usaha di Bontang Kuala yang memproduksi produk-produk untuk dipasarkan belum mengetahui bahwa mereka bagian dari karakteristik pendukung kekayaan intelektual. Karya kreatifitas produk yang dihasilkan berupa karya intelektual perlu mendapat penghargaan yang memiliki nilai ekonomi sehingga perlu adanya pendaftaran ke DJKI.

Beberapa hal yang menjadi pemicu kurangnya minatnya pelaku usaha di Bontang Kuala mendaftarkan merek yang mereka gunakan adalah

1. Tidak sampainya informasi yang tepat, akurat dan jelas mengenai pentingnya pendaftaran tanda pengenal terhadap produk dan nama usaha, kurangnya penyuluhan terhadap pelaku usaha membuat informasi mengenai pentingnya pendaftaran ini kurang diminati.
2. Konsep pola pikir yang pelaku usaha yang tradisional, bahwa merek yang tercantum pada produknya adalah merek yang sejak dulu merupakan turun temurun dari orang tua sehingga pelaku usaha merasa telah banyak yang mengenal mereknya maka tidak perlu didaftarkan
3. Adanya berita mengenai biaya administrasi yang dibutuhkan untuk pendaftaran sangat mahal dan dianggap memberatkan pelaku usaha yang ingin mendaftarkan mereknya dan pendaftaran tersebut juga belum tentu disetujui oleh Direktorat HKI.
4. Adanya anggapan bahwa proses pendaftaran berbelit-belit jadi akan memakan waktu yang lama untuk mendaftarkannya, maka pelaku usaha akan membuang-buang waktu jika harus menunggu begitu lama.

Setelah mendengar beberapa kendala dari pelaku usaha apa alasan mereka tidak mendaftarkannya, maka sosialisasi yang dilaksanakan di kantor kelurahan dijalankan dengan banyak berdiskusi antara pemateri dan pelaku usaha yang mengikuti sosialisasi. Pemberian materi yang dilaksanakan memuat berita mengenai pentingnya pendaftaran HKI dari merek yang digunakan oleh pelaku usaha di Bontang Kuala, benefit yang didapatkan sangat banyak yakni Bontang Kuala akan berkontribusi sebagai penambah nilai ekonomi di Indonesia, Bontang Kuala tidak hanya terkenal dengan pesona wisatanya namun juga terkenal dengan oleh-oleh khas daerahnya dan inilah yang mendukung nilai ekonomi kreatif dari Bontang Kuala.

Setelah sosialisasi berlangsung, di penghujung kegiatan dilakukan pengisian post test dengan pertanyaan yang sama yakni apakah pelaku usaha telah mengenal apa itu merek, apakah pendaftaran merek pelaku usaha itu penting, serta fungsi yang didapatkan dari pendaftaran merek. Dari hasil jawaban yang telah dituliskan oleh mereka menandakan bahwa pelaku usaha telah paham mengenai merek dan urgensi pendaftaran merek bagi para pelaku usaha, setelah memperoleh informasi dari kegiatan sosialisasi minat pelaku usaha untuk mendaftarkan mereknya cukup besar, terlebih produk pelaku usaha yang produk terasinya berorientasi dikirim ke luar kota.

Berdasarkan sosialisasi yang telah dilaksanakan, dapat diidentifikasi beberapa hal, yaitu :

1. Banyak pelaku usaha belum mengetahui apa itu HKI, pengertian merek, apa urgensi pendaftaran merek dan bagaimana pendaftaran merek.
2. Pelaku usaha banyak yang belum mengetahui apa itu dampak usaha mereka terhadap ekonomi kreatif dan hubungannya dengan desa wisata.
3. Kepemilikan sertifikat merek di kalangan pelaku usaha Bontang Kuala masih sedikit karena jumlah pendaftar merek masih sangat sedikit, hal ini disebabkan pemahaman pelaku usaha terhadap hak merek masih rendah/minim, dan sosialisasi yang didapatkan pelaku usaha sebagai informasi masih terbatas.
4. Bagi pelaku usaha yang telah mengikuti sosialisasi, minat pendaftaran terhadap merek cukup besar dan semua kebingungan yang dirasakan oleh pelaku usaha telah dibawa ke dalam sesi diskusi sosialisasi.
5. Beberapa faktor penghambat dalam permohonan pendaftaran HKI antara lain ;
 1. Biaya pendaftaran yang cukup mahal
 2. Informasi pendaftaran merek yang sangat kurang
 3. Prosedur pendaftaran yang berbelit-belit dan waktunya yang lama
 4. Lokasi pendaftaran yang jauh
6. Sosialisasi yang dilaksanakan berbuah baik bagi Kelurahan Bontang Kuala karena telah membantu memberikan informasi yang sangat penting bagi pelaku usaha untuk memberitahukan pentingnya pendaftaran HKI dan benefitnya bagi ekonomi kreatif.

Sejauh ini masih banyak pelaku usaha yang belum mendaftarkan merek produknya karena mereka merasa bahwa itu bukan suatu kewajiban yang sangat dibutuhkan, kemudian masih banyak yang menilai pendaftaran HKI ini tidak memiliki dampak signifikan pada peningkatan penjualan produk, padahal dengan memiliki hak merek maka produk yang dimiliki tidak akan ditiru oleh produsen lain sehingga pendaftaran ini cukup penting untuk membangun daya saing usaha, menghindari pihak lain mengklaim itu miliknya, mendukung ekonomi kreatif, mendapat pengakuan hak milik dari negara dan bukan hanya sekedar persoalan penjualan.

D. PENUTUP

Pada kenyataannya tidak mudah membangun kesadaran pelaku usaha untuk mendaftarkan merek yang mereka gunakan ke DJKI karena banyaknya kendala yang dihadapi dalam proses pendaftaran tersebut. Minimnya kemauan ini juga membuat potensi kekayaan intelektual yang banyak di Bontang Kuala menjadi tertanam, ekonomi kreatif yang dibangun akhirnya tidak berkembang dengan pesat. Pariwisata di Bontang Kuala telah mendukung lokasi untuk membuka usaha karena akan mendukung pemasaran terhadap suatu produk. Banyak wisatawan yang mengunjungi Bontang Kuala bukan sekedar jalan-jalan saja terkadang wisatawan mencari oleh-oleh khas dari Bontang Kuala, dari sinilah produk yang pelaku usaha produksi di Bontang Kuala dikenal luas di masyarakat. Beberapa kendala yang dihadapi oleh masyarakat untuk mendaftarkan produknya telah diminimalisir dari diskusi di akhir sosialisasi yakni kendala mengenai tutorial pendaftaran merek ke DJKI dan ke Kantor Kementerian Hukum dan HAM di Kota Samarinda, Kalimantan Timur serta pendaftaran yang secara online dengan mengunjungi web dari laman DJKI.

Ekonomi kreatif yang dikenalkan kepada pelaku usaha diharapkan mampu menjadi dorongan besar kepada pelaku usaha yang ada di Bontang Kuala untuk mendaftarkan HKI yang mereka miliki. Produk Potensi ekonomi kreatif yang ada di Bontang Kuala berupa produk terasi udang

bubuk, terasi batangan, ikan asin, dan manisan rumput laut menjadi list oleh-oleh dari Bontang Kuala, maka dari itu perlu diberikan perhatian yang serius untuk pendaftaran potensi kekayaan intelektualnya. Banyaknya kendala yang dihadapi pelaku usaha diharapkan menjadi pokok utama yang perlu dibahas oleh kelurahan Bontang Kuala, karena kelurahan Bontang Kuala sebagai tangan pertama yang mengkoordinir keadaan di Bontang Kuala. Produk yang dikelola di Bontang Kuala selain sebagai pendukung Ekonomi Kreatif juga sebagai daya tarik wisata yang fokus pada produk makanan Bontang Kuala.

Pelaku usaha dari Bontang Kuala yang mendaftarkan tanda pengenal produk dan nama usahanya tidak hanya akan mendapat pengakuan hak merek, mendorong ekonomi kreatif namun juga mendapat perlindungan yang pasti dan tertulis hingga mampu membangun daya saing dari daerahnya sendiri, serta jauh dari sengketa perebutan nama produk dan nama usaha dari sesama kalangan pelaku usaha.

E. REFERENSI

Hidayah, Khoirul. 2017. *Hukum hak kekayaan intelektual. Malang : Setara Pers*

Asri, Dyah Permata Budi. “*Perlindungan Hukum Hak Kekayaan Intelektual Bagi Produk Kreatif Usaha Kecil Menengah Di Yogyakarta*” *Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM* NO. 1 VOL. 27 JANUARI 2020

[https://startuphki.com/startup-hki-bantu-umkm-d-aftarkan-merek/Diakses Tanggal 24 Oktober 2016](https://startuphki.com/startup-hki-bantu-umkm-d-aftarkan-merek/Diakses_Tanggal_24_Oktober_2016)

[https://www.academia.edu/25322170/Perlindungan Produk UMKM Dalam HKI Untuk Memperkuat Daya Saing](https://www.academia.edu/25322170/Perlindungan_Produk_UMKM_Dalam_HKI_Untuk_Memperkuat_Daya_Saing)

Undang-undang No 20 Tahun 2016 Tentang Hak Merek dan Indikasi Geografis