

## **OPINI PELAKU USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) TERHADAP SOSIALISASI HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL DI KOTA SAMARINDA**

**Muhammad Aswin<sup>1</sup>, Aditya Arie Hetami<sup>2</sup>, Annisa Wahyuni Arsyad<sup>3</sup>**

### ***Abstrak***

*Metode penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Sumber data meliputi data primer yang diperoleh peneliti secara langsung dari informan yaitu pelaku UMKM yang sudah memiliki HKI atau sudah mendaftarkan mereknya, pelaku UMKM yang sudah mendaftarkan HKI akan tetapi belum disetujui dan pelaku UMKM yang belum mendaftarkan HKI atau tidak tahu tentang HKI sama sekali. Teknik pengumpulan data yaitu field work research meliputi observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman meliputi pengumpulan data, penyederhanaan data, penyajian data dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kurangnya kesadaran masyarakat khususnya pelaku UMKM untuk mendaftarkan merek karena kurangnya pengetahuan, pemahaman, sikap dan perilaku yang sadar akan pentingnya pendaftaran merek sehingga kurangnya masyarakat memanfaatkan pelayanan pendaftaran merek dagang di Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Provinsi Kalimantan Timur. Kesimpulan Kurangnya sosialisasi mengenai pendaftaran merek yang dilakukan petugas Kantor Wilayah Kementrian Hukum dan HAM Provinsi Kalimantan Timur sehingga pengetahuan masyarakat masih kurang dan beranggapan negatif sehingga tidak mengurus pendaftaran merek dagang dan pada akhir nya menimbulkan opini negatif dari pada pelaku UKM yang beranggapan bahwa pendaftaran opini sangat sulit dilakukan.*

**Kata kunci :** *Opini, Pelaku UMKM, Sosialisasi, Hak Kekayaan Intelektual.*

### **Pendahuluan**

Saat ini, perkembangan UMKM di Provinsi Kalimantan Timur terus berkembang. Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Kalimantan Timur mencatat, pertumbuhan UMKM di triwulan kedua tahun lalu mengalami peningkatan sebesar 10,3 persen sehingga sejak tahun 2016 laju pertumbuhannya mencapai 26.09 persen. Ini menandakan jumlah pelaku usaha mikro bertambah dari tahun ke tahun.

Kegiatan UMKM juga berkaitan erat dengan HKI yang muncul dari jenis

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: muhammadaswin18@gmail.com

<sup>2</sup> Dosen Pembimbing I Dan Staf Pengajar Prodi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman

<sup>3</sup> Dosen Pembimbing II Dan Staf Pengajar Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman

usaha serta produk-produk yang dihasilkan melalui kegiatan usaha UMKM tersebut. Secara garis besar sesungguhnya HKI merupakan hak eksklusif bagi pemilikinya dan secara hukum dapat dibagi ke dalam dua kategori, yakni Hak Cipta dan Hak Kekayaan Industri. Hak Cipta adalah hak intelektual yang eksklusif bersifat deklaratif dimana perlindungan atas hak intelektual tersebut muncul dengan sendirinya ketika sebuah karya tersebut tercipta yang secara hukum diperuntukkan untuk melindungi karya di bidang seni, sastra, dan ilmu pengetahuan akan tetapi pendaftaran atas hak cipta juga diperlukan untuk persoalan pembuktian atas kepemilikan hak cipta tersebut. Disisi lain Hak kekayaan industri adalah hak eksklusif yang bersifat konstitutif yaitu hak intelektual yang mempunyai perlindungan hukum ketika sebuah HKI didaftarkan yang secara hukum diperuntukkan untuk melindungi hak atas Paten, Merek, Desain Industri, Rahasia Dagang, Tata letak sirkuit terpadu dan perlindungan varietas tanaman.

Pendaftaran HKI bagi UMKM menciptakan beberapa keuntungan yang signifikan seperti melindungi ide utama UMKM termasuk merek dagang, menciptakan keuntungan yang kompetitif, melindungi *Resource & Development* bagi UMKM pemilik HKI, mengenerate pendapatan UMKM, menarik investor dalam rangka penguatan divisi dan sebagai jaminan pembiayaan. Selain itu HKI juga mutlak dimanajemen dengan baik oleh UMKM, manajemen HKI ini memiliki tujuan yaitu meminimalkan risiko (*A path to minimize risk*) dimana HKI dilihat sebagai aset hukum yang memiliki perlindungan atas sengketa HKI. Selanjutnya HKI dilihat dari aset bisnis serta aset hukum sebagai suatu hak yang dapat menghasilkan keuntungan dari penggunaan langsung HKI (*A path to value*) dan yang terakhir adalah HKI dilihat dari aset bisnis yang dapat menghasilkan berbagai nilai yaitu pendapatan dan nilai strategis bagi UMKM dengan melihat kondisi sifat atau arah persaingan usaha (*A path to strategic value*).

Pelaku usaha UMKM perlu didorong untuk bisa mengurus HKI terutama bila bisnis tersebut telah mendatangkan keuntungan. Jika tidak segera mempunyai pengakuan legal dari institusi yang berwenang, maka UMKM tersebut bisa berpotensi menimbulkan sengketa-sengketa HKI di kemudian hari. Pemerintah yang dalam hal ini Kementrian Koperasi dan UMKM diharapkan mampu menciptakan iklim yang kondusif untuk UMKM mendapatkan hak eksklusif atas HKI melalui pendaftarannya, secara faktual pendaftaran atas HKI melalui dirjen HKI masih harus membutuhkan waktu yang cukup lama hampir disemua lini jenis HKI hal ini yang menjadi catatan kritis untuk pemerintah berkaitan dengan pendaftaran HKI bagi UMKM. Melihat uraian di atas maka penulis tertarik untuk meneliti “Opini Pelaku Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) Terhadap Sosialisasi Hak Kekayaan Intelektual Di Kota Samarinda”.

### ***Rumusan Masalah***

Dari latar belakang masalah di atas, maka penulis merumuskan permasalahan penelitian ini adalah :

1. Bagaimana opini pelaku UMKM terhadap sosialisasi Hak Kekayaan Intelektual di Kota Samarinda?

2. Apa saja faktor pendorong dan penghambat pelaku UMKM mendaftarkan Hak Kekayaan Intelektual di Kota Samarinda?

### ***Tujuan Penelitian***

Dari perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui opini pelaku UMKM terhadap sosialisasi Hak Kekayaan Intelektual di Kota Samarinda.
2. Untuk mengetahui faktor pendorong dan penghambat pelaku UMKM mendaftarkan Hak Kekayaan Intelektual di Kota Samarinda.

### **Kerangka Dasar Teori**

#### ***Pengertian Opini***

Istilah *opinion* yang diterjemahkan menjadi “opini” didefinisikan oleh Cutlip dan Center dalam Abdullah (2011:14) diartikan sebagai pengekspresian suatu sikap mengenai persoalan yang mengandung pertentangan. Opini juga diartikan sebagai pendapat atau pandangan tentang suatu persoalan. Ketika seseorang beropini terhadap suatu permasalahan yang sama akan menimbulkan penilaian yang berbeda, hal itu dikarenakan opini memiliki sifat subyektif yang artinya menurut pandangan sendiri-sendiri.

#### ***Tahap-Tahap Pembentukan Opini***

Asal mula pembentukan opini terletak dalam sebuah persoalan yang menimbulkan perselisihan yang memiliki potensi untuk berkembang menjadi isu yang akan menangkap perhatian orang banyak. Sebenarnya setiap orang memiliki keluhan dan harapan yang banyak menimbulkan perselisihan. Akan tetapi, seperti yang dikemukakan Davison dalam Dan Nimmo (2011:20) ”suatu isu mulai berakar hanya jika dikomunikasikan dari satu orang ke orang kedua, yang kemudian dilanjutkan dalam percakapan sendiri”.

#### ***Pengertian Opini Publik***

Istilah opini publik dapat dipergunakan untuk menandakan setiap pengumpulan pendapat yang dikemukakan individu-individu. Menurut Sastropoetro (2009:49) istilah opini publik sering digunakan untuk menunjuk kepada pendapat-pendapat kolektif dari sejumlah besar orang.

Secara etimologi opini publik adalah terjemahan dari bahasa Inggris yaitu *public opinion*. Sementara *public opinion* berasal dari bahasa latin yaitu *opinari* dan *publicus*. *Opinari* mempunyai arti fikir atau menduga sedangkan *publicus* artinya adalah milik masyarakat luas. Secara sederhana opini bisa diartikan pendapat. Tapi setidaknya ada sebuah ekspresi dari pendapat tersebut baik secara verbal maupun non verbal. Selama pendapat itu belum di ekspresikan maka saat itu pendapat itu adalah pendapat pribadi. Menurut Leonard W. Dood suatu isu baru dikatakan sebagai opini publik setelah masyarakat mengungkapkannya (Cangara, 2014:158).

### ***Perkembangan Opini Publik***

Sebagaimana yang sudah dijelaskan diatas bahwa opini publik merupakan serapan dari bahasa Inggris public opinion. Pada awalnya opini publik banyak dikenal dan dipakai pada akhir abad ke-18 di Eropa dan Amerika Serikat.pemakaian istilah itu terutama berkaitan dengan kehidupan sosial pada masa itu. Istilah opini publik. Dalam arti modern pertama kali digunakan oleh Machiavelli. Ia mengatakan bahwa orang yang bijaksana tidak akan mengabaikan opini publik mengenai soal-soal tertentu, seperti pendistribusian jabatan dan kenaikan jabatan. Sementara Rosseau pernah mengatakan bahwa opini publik sebagai “ratu dunia”, karena opini public tidak dapat ditaklukkan oleh raja-raja di zaman otoritarian pada abad ke-17 dan ke-18, kecuali ketika opini publik mau dibeli dan menjadi budak para raja dan ia juga mengatakan bahwa hukum harus bersumber dari kehendak umum (Sunarjo, 2014:25).

### ***Perguruan Sosialisasi***

Sosialisasi menurut kamus besar Bahasa Indonesia berarti upaya memasyarakatkan sesuatu sehingga menjadi dikenal, dipahami, dihayati oleh masyarakat atau pemasyarakatan. Sosialisasi bisa dilakukan melalui pelatihan seminar ataupun sebagainya. Sosialisasi itu sendiri sangat penting adanya, karena bila tidak ada sosialisasi maka bisa dipastikan apapun tujuan yang kita maksudkan untuk diri kita sendiri ataupun untuk orang lain tidak akan tercapai. Sosialisasi adalah satu konsep umum yang bisa dimaknakan sebagai sebuah proses di mana kita belajar melalui interaksi dengan orang lain, tentang cara berpikir, merasakan, dan bertindak, di mana kesemuanya itu merupakan hal-hal yang sangat penting dalam menghasilkan partisipasi sosial yang efektif. Sosialisasi merupakan proses yang terus terjadi selama hidup kita (Suyanto, 2016:13).

### ***Bentuk Sosialisasi***

Sosialisasi merupakan suatu proses yang berlangsung sepanjang hidup manusia. Dalam kaitan inilah para ahli berbicara mengenai bentuk-bentuk proses sosialisasi seperti sosialisasi setelah masa kanak-kanak, pendidikan sepanjang hidup, atau pendidikan berkesinambungan. Mengemukakan bahwa setelah sosialisasi dini yang dinamakanya sosialisasi primer (*primary sicialization*) kita menjumpai sosialisasi sekunder (*secondary socialization*) (Suyanto, 2016:17).

### ***Pengertian Merek Dagang***

Merek dagang yaitu dengan mana dipribadikanlah sebuah barang tertentu, untuk menunjukkan asal barang, dan jaminan kualitasnya sehingga bisa dibandingkan dengan barang-barang sejenis yang dibuat dan diperdagangkan oleh orang, atau perusahaan lain. Berdasarkan pengertian tentang merek dagang tersebut maka pada mulanya merek hanya diakui untuk barang, pengakuan untuk merek jasa barulah diakui Konvensi Paris pada perubahan di Lisabon 1958. Penekanan unsur-unsur dari definisi merek yang diatur dalam Undang-undang merek menjadikan semakin dapat membedakan antara merek dengan kombinasi-kombinasi lain dari satu produk (Mollengraf dalam Djumhana, 2017:18).

### ***Definisi Konsepsional***

Berdasarkan pendekatan teori yang berkenaan dengan penelitian ini maka yang menjadi definisi konsepsional pada penelitian opini pelaku UMKM terhadap sosialisasi Hak Kekayaan Intelektual di Kota Samarinda adalah pandangan dan tanggapan pelaku UMKM terhadap proses penanaman atau transfer kebiasaan atau nilai dan aturan dari Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Provinsi Kalimantan Timur dalam kepada pelaku UMKM mengenai pendaftaran HKI.

### **Metodologi Penelitian**

#### ***Jenis Penelitian***

Peneliti menerapkan kualitatif pada penelitian ini karena untuk memahami fenomena dari sudut pandang partisipan, konteks sosial dan institusional. Adapun kelebihan penelitian kualitatif yaitu deskripsi dan interpretasi dari informan dapat diteliti secara mendalam, mempunyai landasan teori yang sesuai fakta, penelitian lebih berjalan subyektif, sangat efektif digunakan dalam mencari tanggapan dan pandangan karena bertemu langsung dan adanya pemahaman khusus dalam menganalisa. Sedangkan kekurangan penelitian kualitatif yaitu peneliti bertanggung jawab besar terhadap informasi yang disampaikan oleh informan, bersifat sirkuler, perbedaan antara fakta dan kebijakan kurang jelas, ukuran penelitian kecil dan tidak efektif jika ingin meneliti secara keseluruhan atau besar-besaran.

Jadi penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif, karena pada dasarnya penelitian ini menggambarkan dan mengetahui permasalahan yang diteliti dalam penelitian tersebut, yaitu mengenai opini pelaku UMKM terhadap sosialisasi Hak Kekayaan Intelektual di Kota Samarinda.

#### ***Fokus Penelitian***

Fokus penelitian merupakan pemusatan konsentrasi terhadap tujuan penelitian yang sedang dilakukan, dimana untuk menjawab tujuan penelitian mengenai opini pelaku UMKM terhadap sosialisasi Hak Kekayaan Intelektual di Kota Samarinda, ditentukan fokus penelitian sebagai berikut :

1. Opini pelaku UMKM terhadap sosialisasi Hak Kekayaan Intelektual di Kota Samarinda dengan indikator :
  - a. Sosialisasi secara langsung
    - 1) Pemberian informasi melalui undangan.
    - 2) Edukasi melalui pertemuan-pertemuan.
  - b. Sosialisasi melalui kerjasama dengan pihak lain
    - 1) Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Satu Pintu (BBPTS)
    - 2) Dinas Koperasi dan UKM Kota Samarinda
  - c. Sosialisasi dengan iklan layanan masyarakat melalui media
    - 1) Radio
    - 2) Internet

2. Opini pelaku UMKM terhadap manfaat HKI bagi yang sudah terdaftar di kantor wilayah kementerian hukum dan ham samarinda
3. Faktor pendorong dan penghambat pelaku UMKM mendaftarkan Hak Kekayaan Intelektual di Kota Samarinda.

### ***Jenis dan Sumber Data***

Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **1. Data Primer**

Data primer yaitu data yang diperoleh peneliti secara langsung dari sumbernya atau narasumber sebagai informan yang langsung berhubungan dengan fokus penelitian. Dalam penelitian ini, pemilihan narasumber dilakukan melalui teknik *purposive sampling*. Seperti yang dikemukakan oleh Bungin (2015:31-34) *purposive sampling* adalah pemilihan siapa subjek yang ada dalam posisi terbaik untuk memberikan informasi, sehingga mampu memberikan data secara maksimal, dengan informan pada penelitian ini yaitu, sebagai berikut :

- a. Pelaku UMKM yang sudah memiliki HKI atau sudah terdaftar mereknya.
  - b. Pelaku UMKM yang sudah mendaftarkan HKI akan tetapi belum disetujui.
  - c. Pelaku UMKM yang belum mendaftarkan HKI atau tidak tahu tentang HKI sama sekali.
2. Data sekunder yaitu sebagai pendukung data primer, yang umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip. Seperti data-data yang mendukung dari buku-buku yang sudah dipublikasikan maupun yang belum dipublikasikan. Dalam penelitian ini data sekunder diambil dari dokumen-dokumen yang ada di Kantor Wilayah Kementerian Hukum Dan HAM Provinsi Kalimantan Timur.

### ***Teknik Pengumpulan Data***

penulis mengadakan penelitian langsung dilapangan terhadap objek penelitian dimana dalam tahap ini dipergunakan teknik-teknik sebagai berikut :

1. Observasi yaitu penulis mengadakan pengamatan dan berusaha mengetahui serta mengumpulkan data yang ada hubungannya dengan penulisan ini.
2. Wawancara yaitu digunakan untuk memperoleh data primer, melalui teknik wawancara secara mendalam dan wawancara terstruktur penulis dapat memperoleh penjelasan yang rinci dan mendalam.
3. Dokumentasi digunakan untuk memperoleh data sekunder, yakni dengan cara menelaah dokumen dan kepustakaan yang dikumpulkan dari berbagai dokumen seperti; peraturan perundang-undangan, arsip, laporan dan dokumen pendukung lainnya yang memuat pendapat para ahli kebijakan sehubungan dengan penelitian.

### ***Teknik Analisis Data***

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis data kualitatif menurut Miles, Huberman dan Saldana (2016:31-33) yang

mengatakan bahwa analisis data kualitatif terdapat tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan, yaitu sebagai berikut :

1. Kondensasi Data (*Data Condensation*)

Kondensasi data merujuk pada proses memilah, memfokuskan, menyederhanakan, mengabstrakkan dan/atau mentransformasikan data yang mendekati keseluruhan bagian dari catatan-catatan lapangan secara tertulis, transkrip wawancara, dokumen-dokumen dan materi-materi empiris lainnya. Melalui kondensasi, kita membuat data lebih kuat (kita menjauhkan diri dari reduksi data sebagai sebuah pola sebab hal itu menunjukkan kita lemah atau kehilangan sesuatu di dalam proses tersebut).

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Alur penting kedua dari aktivitas analisis adalah penyajian data. Secara umum, sebuah penyajian data adalah pengorganisasian, penyatuan dari informasi yang memungkinkan penyimpulan dan aksi. Pada kehidupan sehari-hari, melihat penyajian-penyajian membantu kita memahami apa yang sedang terjadi dan untuk melakukan sesuatu termasuk analisis yang lebih mendalam atau mengambil aksi berdasarkan pemahaman itu.

3. Penyimpulan / Verifikasi (*Drawing ang Verifying Conclusions*)

Alur ketiga dari aktivitas analisis adalah pengambilan kesimpulan dan verifikasi. Awal pengumpulan data, analisis kualitatif menginterpretasikan hal-hal apa yang tidak berpola, penjelasan-penjelasan, alur kausal dan proposisi. Peneliti berpegang pada penjelasan kesimpulan, membangun keterbukaan dan skeptis, tetapi kesimpulan itu tetap ada, tidak jelas pada mulanya, kemudian bertambah secara eksplisit dan mendasar. Kesimpulan akhir tidak akan datang hingga pengumpulan data berakhir, tergantung pada ukuran catatan lapangan, pengkodeannya, penyimpanan dan metode pencarian yang digunakan, daya tarik peneliti dan batas-batas lain yang dapat ditemukan.

## **Hasil Penelitian dan Pembahasan**

### ***Gambaran Umum Lokasi Penelitian***

Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Provinsi Kalimantan Timur mempunyai tugas dan fungsi Kementerian Hukum dan HAM dalam wilayah Provinsi berdasarkan kebijakan menteri dan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Visi Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Provinsi Kalimantan Timur yaitu masyarakat memperoleh kepastian hukum. Misi Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Provinsi Kalimantan Timur yaitu :

1. Mewujudkan peraturan perundang-undangan yang berkualitas.
2. Mewujudkan pelayanan hukum yang berkualitas.
3. Mewujudkan penegakan hukum yang berkualitas.
4. Mewujudkan penghormatan, pemenuhan, dan perlindungan HAM.
5. Mewujudkan layanan manajemen administrasi Kementerian Hukum dan HAM.
6. Mewujudkan aparatur Kementerian Hukum dan HAM yang profesional dan berintegritas.

### ***Hasil Penelitian***

#### ***Pemberian informasi melalui undangan***

Berdasarkan hasil wawancara mengenai opini pelaku UMKM terhadap sosialisasi Hak Kekayaan Intelektual di Kota Samarinda secara langsung yang dilakukan Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Provinsi Kalimantan Timur dengan pemberian informasi melalui undangan diketahui bahwa pelaku UMKM yang sudah memiliki HKI atau sudah mendaftarkan mereknya dan pelaku UMKM yang sudah mendaftarkan HKI akan tetapi belum disetujui beropini bahwa Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Provinsi Kalimantan Timur sudah melakukan sosialisasi Hak Kekayaan Intelektual di Kota Samarinda secara langsung dengan pemberian informasi melalui undangan dalam bentuk email dan SMS. Namun pelaku UMKM yang belum mendaftarkan HKI, tidak pernah mendapatkan informasi tentang pelaksanaan sosialisasi pendaftaran merek dagang oleh Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Provinsi Kalimantan Timur secara langsung dalam bentuk undangan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Provinsi Kalimantan Timur hanya memberikan informasi secara langsung melalui pemberian undangan tentang pelaksanaan sosialisasi HKI hanya kepada pelaku UMKM yang ada datanya karena pernah mendaftarkan merek di Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Provinsi Kalimantan Timur, sedangkan pelaku UMKM yang tidak pernah ke Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Provinsi Kalimantan Timur dan tidak ada datanya maka tidak diberikan undangan sosialisasi tentang HKI.

#### ***Edukasi melalui pertemuan-pertemuan***

Berdasarkan hasil wawancara mengenai opini pelaku UMKM terhadap sosialisasi Hak Kekayaan Intelektual di Kota Samarinda secara langsung yang dilakukan Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Provinsi Kalimantan Timur dengan edukasi melalui pertemuan-pertemuan diketahui bahwa Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Provinsi Kalimantan Timur pada saat sosialisasi HKI memberikan edukasi tentang HKI seperti menjelaskan apa itu merek, syarat pendaftaran merek, cara agar merek diterima, proses pendaftaran merek, biaya pendaftaran merek dan waktu pendaftaran merek. Dimana Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Provinsi Kalimantan Timur memberikan edukasi pendaftaran HKI karena tujuan sosialisasi diadakan agar pelaku UMKM paham dan tidak mengulangi kesalahan yang sama saat pendaftaran sehingga pendaftaran merek disetujui.

#### ***Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Satu Pintu (BBPTS)***

Berdasarkan hasil wawancara mengenai opini pelaku UMKM terhadap sosialisasi Hak Kekayaan Intelektual di Kota Samarinda melalui kerjasama dengan Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Satu Pintu (BBPTS) diketahui bahwa Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Provinsi Kalimantan Timur tidak melakukan kerjasama dengan Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Satu Pintu (BBPTS) dalam sosialisasi HKI, dimana Badan Pelayanan Perizinan Terpadu

Satu Pintu (BBPTS) tidak pernah menjelaskan tentang HKI pada saat pelaku UMKM mendaftarkan izin usahanya.

### ***Dinas Koperasi dan UKM Kota Samarinda***

Berdasarkan hasil wawancara mengenai opini pelaku UMKM terhadap sosialisasi Hak Kekayaan Intelektual di Kota Samarinda melalui kerjasama dengan Dinas Koperasi dan UKM Kota Samarinda diketahui bahwa Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Provinsi Kalimantan Timur melakukan kerjasama dengan Dinas Koperasi dan UKM Kota Samarinda dalam mengajak pelaku UMKM untuk mendaftarkan HKI dengan memberikan informasi manfaat mendaftarkan HKI dan informasi cara pendaftaran HKI kepada pelaku UMKM tersebut. Namun pelaku UMKM yang belum mendaftarkan HKI menyatakan kurang tahu mengenai kerjasama Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Provinsi Kalimantan Timur dengan Dinas Koperasi dan UKM Kota Samarinda, dikarenakan saat pengurusan izin diwakilkan oleh pegawai yang bersangkutan.

### ***Pembahasan***

#### ***Pemberian informasi melalui undangan***

Berdasarkan hasil penelitian mengenai opini pelaku UMKM terhadap sosialisasi Hak Kekayaan Intelektual di Kota Samarinda secara langsung yang dilakukan Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Provinsi Kalimantan Timur dengan pemberian informasi melalui undangan diketahui bahwa pelaku UMKM yang sudah memiliki HKI atau sudah terdaftar mereknya dan pelaku UMKM yang sudah mendaftarkan HKI akan tetapi belum disetujui beropini bahwa Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Provinsi Kalimantan Timur sudah melakukan sosialisasi Hak Kekayaan Intelektual di Kota Samarinda secara langsung dengan pemberian informasi melalui undangan dalam bentuk email dan SMS. Namun pelaku UMKM yang belum mendaftarkan HKI, tidak pernah mendapatkan informasi tentang pelaksanaan sosialisasi pendaftaran merek dagang oleh Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Provinsi Kalimantan Timur secara langsung dalam bentuk undangan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Provinsi Kalimantan Timur hanya memberikan informasi secara langsung melalui pemberian undangan tentang pelaksanaan sosialisasi HKI hanya kepada pelaku UMKM yang ada datanya karena pernah mendaftarkan merek di Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Provinsi Kalimantan Timur, sedangkan pelaku UMKM yang tidak pernah ke Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Provinsi Kalimantan Timur dan tidak ada datanya maka tidak diberikan undangan sosialisasi tentang HKI.

#### ***Edukasi melalui pertemuan-pertemuan***

Berdasarkan hasil penelitian mengenai opini pelaku UMKM terhadap sosialisasi Hak Kekayaan Intelektual di Kota Samarinda secara langsung yang dilakukan Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Provinsi Kalimantan

Timur dengan edukasi melalui pertemuan-pertemuan diketahui bahwa Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Provinsi Kalimantan Timur pada saat sosialisasi HKI memberikan edukasi tentang HKI seperti menjelaskan apa itu merek, syarat pendaftaran merek, cara agar merek diterima, proses pendaftaran merek, biaya pendaftaran merek dan waktu pendaftaran merek. Dimana Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Provinsi Kalimantan Timur memberikan edukasi pendaftaran HKI karena tujuan sosialisasi diadakan agar pelaku UMKM paham dan tidak mengulangi kesalahan yang sama saat pendaftaran sehingga pendaftaran merek disetujui.

#### ***Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Satu Pintu (BBPTS)***

Berdasarkan hasil penelitian mengenai opini pelaku UMKM terhadap sosialisasi Hak Kekayaan Intelektual di Kota Samarinda melalui kerjasama dengan Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Satu Pintu (BBPTS) diketahui bahwa Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Provinsi Kalimantan Timur tidak melakukan kerjasama dengan Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Satu Pintu (BBPTS) dalam sosialisasi HKI, dimana Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Satu Pintu (BBPTS) tidak pernah menjelaskan tentang HKI pada saat pelaku UMKM mendaftarkan izin usahanya.

#### ***Dinas Koperasi dan UKM Kota Samarinda***

Berdasarkan hasil penelitian mengenai opini pelaku UMKM terhadap sosialisasi Hak Kekayaan Intelektual di Kota Samarinda melalui kerjasama dengan Dinas Koperasi dan UKM Kota Samarinda diketahui bahwa Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Provinsi Kalimantan Timur melakukan kerjasama dengan Dinas Koperasi dan UKM Kota Samarinda dalam mengajak pelaku UMKM untuk mendaftarkan HKI dengan memberikan informasi manfaat mendaftarkan HKI dan informasi cara pendaftaran HKI kepada pelaku UMKM tersebut. Namun pelaku UMKM yang belum mendaftarkan HKI menyatakan kurang tahu mengenai kerjasama Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Provinsi Kalimantan Timur dengan Dinas Koperasi dan UKM Kota Samarinda, dikarenakan saat pengurusan izin diwakilkan oleh pegawai yang bersangkutan.

### **Penutup**

#### ***Kesimpulan***

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai opini pelaku UMKM terhadap sosialisasi Hak Kekayaan Intelektual di Kota Samarinda, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Opini pelaku UMKM terhadap sosialisasi Hak Kekayaan Intelektual di Kota Samarinda
  - a. Sosialisasi Secara Langsung
    - 1) Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Provinsi Kalimantan Timur hanya memberikan informasi secara langsung melalui pemberian undangan tentang pelaksanaan sosialisasi HKI hanya

- kepada pelaku UMKM yang ada datanya karena pernah mendaftarkan merek di Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Provinsi Kalimantan Timur, sedangkan pelaku UMKM yang tidak pernah ke Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Provinsi Kalimantan Timur dan tidak ada datanya maka tidak diberikan undangan sosialisasi tentang HKI.
- 2) Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Provinsi Kalimantan Timur pada saat sosialisasi HKI memberikan edukasi tentang HKI seperti menjelaskan apa itu merek, syarat pendaftaran merek, cara agar merek diterima, proses pendaftaran merek, biaya pendaftaran merek dan waktu pendaftaran merek.
- b. Sosialisasi Melalui Kerjasama Dengan Pihak Lain
- 1) Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Provinsi Kalimantan Timur tidak melakukan kerjasama dengan Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Satu Pintu (BBPTS) dalam sosialisasi HKI.
  - 2) Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Provinsi Kalimantan Timur melakukan kerjasama dengan Dinas Koperasi dan UKM Kota Samarinda dalam mengajak pelaku UMKM untuk mendaftarkan HKI.
- c. Sosialisasi Dengan Iklan Layanan Masyarakat Melalui Media
- 1) Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Provinsi Kalimantan Timur pernah melakukan sosialisasi Hak Kekayaan Intelektual dengan media berupa radio namun menurut masyarakat UKM kurang efektif
  - 2) Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Provinsi Kalimantan Timur melakukan berupa berita acara sosialisasi Hak Kekayaan Intelektual melalui internet berupa instagram, dengan nama Ig : kemenkumhamkaltim. Hanya berupa undangan, bukan perkenalan tentang HKI
2. Faktor pendorong pelaku UMKM mendaftarkan Hak Kekayaan Intelektual di Kota Samarinda yaitu adanya informasi dan sarana prasarana yang mendukung. Faktor penghambat pelaku UMKM mendaftarkan Hak Kekayaan Intelektual di Kota Samarinda meliputi kurangnya kesadaran masyarakat khususnya pelaku UMKM untuk mendaftarkan merek dan kurang sosialisasi.

### **Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka penulis memberikan saran mengenai opini pelaku UMKM terhadap sosialisasi Hak Kekayaan Intelektual di Kota Samarinda, yaitu sebagai berikut :

1. Kantor Wilayah Kementrian Hukum Dan HAM Provinsi Kalimantan Timur harus lebih giat lagi melakukan sosialisasi mengenai Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 15 tahun 2001 tentang Merek kepada kalangan pelaku UKM.
2. Kantor Wilayah Kementrian Hukum Dan HAM Provinsi Kalimantan Timur harus lebih giat lagi melakukan sosialisasi mengenai proses dan prosedur pendaftaran merek baik langsung ke Direktorat Jenderal HKI maupun melalui

- Kantor Wilayah Kementerian Hukum Dan HAM Provinsi Kalimantan Timur agar lebih intensif.
3. Kantor Wilayah Kementerian Hukum Dan HAM Provinsi Kalimantan Timur harus lebih dalam menjalankan perlindungan yang didapatkan setelah mendaftar HKI kepada para UKM yang udah mendaftar
  4. Pelaku UKM harus lebih pro aktif mencari informasi yang proporsial kepada pihak yang berwenang dan pihak yang mempunyai otoritas mengenai merek.

### **Daftar Pustaka**

#### ***Sumber Buku :***

- Abdullah. 2011. Press Relation. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Adisumarto, Harsono. 2009. Hak Milik Perindustrian. Akademika Pressindo. Jakarta.
- Bungin, MB. 2015. Metodologi Penelitian Kuantitatif. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
- Cangara, Hafied. 2014. Perencanaan Strategi Komunikasi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Cutlip, Scott M, Allen H Center, Glen M Broom. 2006. Effective Public Relations. New Jersey : Pearson.
- Dan Nimmo. 2011. Political Communication and Public Opinion. Americ : Goodyear Publishing Co..
- Djumhana. 2017. Hak Milik Intelektual Sejarah, Teori, Prakteknya di Indonesia. Citra Aditya Bakti. Bandung.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2014. Managemen Pemasaran. Yogyakarta: BPFE.
- Hadiati, S. 2012. Opini Publik. Pasuruan: Lunar Jaya.
- Haryatmoko. 2009. Mengarahkan Opini Publik. Kliping Harian Kompas, 2 Februari 2009.
- Kasali, Rhenald. 2008. Manajemen Public Relations. Jakarta : Pustaka Utama Grafiti.
- Miles, Matthew B, A. Michael Huberman dan Johnny Saldana. 2016. Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook. Edisi Ketiga. Sage Publication, Inc.
- Moleong, Lexy J. 2013. Metodologi Penelitian Kualitatif. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Mulyana, Deddy. 2014. Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Riswandi, Budi Agus dan M. Syamsudin. 2014. Hak Kekayaan Intelektual dan Budaya Hukum, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Ruslan, Rosady. 2012. Manajemen Public Relations & Media Komunikasi. Jakarata: PT. Raja Grafindo Persada.
- Saidin. 2010. Aspek Hukum Kekayaan Intelektual. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Sastropoetro. 2009. Pendapat Publik, Pendapat Umum, dan Pendapat Khalayak dalam Komunikasi Sosial. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Suharto. 2011. Tanya Jawab Sosiologi. Jakarta: PT Rineka Cipta.