

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Implementasi Penggunaan Merek Sebagai *Co-Branding* Produk Khas Daerah Istimewa Yogyakarta Berdasarkan Peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 21 Tahun 2017.

Istilah *co-branding* sejatinya sudah lama masuk kedalam kehidupan masyarakat. Keller mendefinisikan bahwa *co-branding* merupakan penggunaan dua atau lebih *brand* yang sudah dikenal lalu menjalin kerjasama terhadap suatu produk dengan harapan dapat memperkuat dan dikenal atau mendapatkan perhatian dari khalayak umum.⁶⁰ Strategi pemanfaatan *Co-branding* tidak hanya dilakukan oleh perusahaan bersekala besar saja, namun juga dilakukan oleh perusahaan bersekala kecil bahkan dilakukan oleh Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Melihat adanya peluang ini, Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta kemudian membentuk suatu kebijakan yang bernama *co-branding* Jogja,

Tujuan utama dari hadirnya *co-branding* Jogja yaitu memperkuat merek dan menambah nilai jual dari suatu produk yang ada. Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta kemudian menuangkan tujuan tersebut pada Peraturan Gubernur Daerah

⁶⁰ Cicilia Monika Darmawan, dkk, “Analisis Brand Personality dalam Co-Branding Dear Me Beauty di Instagram”, *Jurnal E-Komunikasi*, Vol. 9, No. 2, Tahun 2021, hlm. 2.

Istimewa Yogyakarta Nomor 21 Tahun 2017 tentang Penggunaan Merek Jogjamark, 100% Jogja, dan Jogjatradition Sebagai Produk Khas Daerah. Menurut kesimpulan dari Pasal 1 ayat (1) *co-branding* Jogja yaitu *brand* dari suatu produk yang dipasangkan berdampingan dengan merek lain, dengan memperhatikan ekspresi tradisional di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Sasaran yang dituju dalam pengimplementasian peraturan gubernur ini yaitu UMKM yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan menggandeng instansi pemerintah yaitu Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta pada UPT Balai Pengelola Kekayaan Intelektual sebagai salah satu tugas dan fungsinya yaitu untuk membuka layanan pendaftaran *co-branding* Jogja berdasarkan Peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 21 Tahun 2017 yang saat ini sedang mengalami tahap perubahan menjadi Peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 75 Tahun 2023.⁶¹

Syarat utama dari pendaftaran *co-branding* Jogja yang harus diperhatikan bagi para pemilik UMKM yaitu pemiliknya haruslah seseorang yang berasal dari Daerah Istimewa Yogyakarta dengan dibuktikan oleh Kartu Identitas (KTP) dan usaha yang dijalankan harus berada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Tata cara pendaftaran

⁶¹ Wawancara dengan narasumber Widya, ASN UPT BPKI DIY pada Kamis, 20 Juni 2024.

co-branding Jogja saat ini sudah menggunakan sistem terintegrasi, sehingga dalam proses pendaftarannya dapat dilakukan dengan mudah. Namun, jika pemohon atau pemilik UMKM merasa kesulitan untuk mendaftarkan *co-branding* Jogja dapat melakukan konsultasi terlebih dahulu di Kantor Balai Pengelola Kekayaan Intelektual sebelum melakukan pendaftaran mandiri.⁶² Kemudian, setelah lisensi *co-branding* Jogja terbit, pemilik usaha akan diminta datang ke UPT Balai Pengelola Kekayaan Intelektual untuk menandatangani lisensi dan pembubuhan cap pada lisensi yang sudah terbit.

Pendaftaran *co-branding* Jogja dapat dilakukan melalui website pada laman www.jogjaki.jogjaprovo.go.id dengan mempersiapkan beberapa dokumen yang harus di *upload* yaitu Kartu Tanda Penduduk milik pemilik UMKM yang wajib berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta, Surat Izin Usaha, dan Serifikat Produk misalnya Halal atau SNI. Pendaftaran *co-branding* Jogja di UPT Balai Pengelola Kekayaan Intelektual, tidak dipungut biaya dikarenakan dalam operasional pendaftarannya menggunakan dana anggaran keistimewaan Daerah Istimewa Yogyakarta. Pendaftaran *co-branding* Jogja di UPT Balai Pengelola Kekayaan Intelektual juga tidak dibatasi kuota pada setiap bulannya, namun yang harus diperhatikan adalah ketika pemilik UMKM ingin mendaftarkan *co-branding* Jogja, merek

⁶² *Ibid.*

yang akan disandingkan dengan merek *co-branding* Jogja haruslah sudah didaftarkan ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual meskipun masih dalam proses pendaftaran.⁶³

Kehadiran program *co-branding* Jogja dirasa sangat membantu pemerintah daerah untuk menyadarkan masyarakat akan pentingnya perlindungan Hak Kekayaan Intelektual yang ada pada unit usaha kecil. Strategi yang dilakukan oleh UPT Balai Pengelola Kekayaan Intelektual dalam mendorong keberlangsungan program *co-branding* diantaranya yaitu melakukan sosialisasi yang ditujukan pada UMKM Daerah Istimewa Yogyakarta, pemanfaatan media sosial serta adanya penambahan syarat bilamana suatu UMKM ingin mengikuti pameran yang dilakukan oleh dinas terkait haruslah UMKM yang sudah memiliki lisensi *co-branding* Jogja. Hal inilah yang tentunya ikut memacu kesadaran dari pemilik UMKM untuk mendaftarkan lisensi *co-branding* maupun hak atas merek.

Dari adanya kebijakan pendaftaran *co-branding* Jogja, tidak hanya semata-mata ingin mencapai tujuan apa yang dituliskan pada Peraturan Gubernur Nomor 21 Tahun 2017 saja, namun juga menawarkan beberapa fasilitas yang ada apabila suatu UMKM memiliki lisensi *co-branding* Jogja diantaranya yaitu suatu produk akan dianggap menarik dikarenakan UMKM yang memiliki lisensi

⁶³ *Ibid.*

co-branding Jogja bisa merambah ke pasar yang lebih luas seperti misalnya pada lisensi Jogjamark yang bisa diikuti pada pendaftaran merek internasional atau kesempatan untuk masuk ke pasar di Pelataran Malioboro yang ada di Yogyakarta International Airport.⁶⁴ Dari pernyataan diatas, didukung pula dengan adanya data peningkatan pendaftaran *co-branding* Jogja dari tahun 2018 hingga tahun 2024 yaitu sebagai berikut:

JENIS CO-BRANDING	TAHUN						
	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Jogjamark	76	88	297	218	253	205	108
100%Jogja	5	3	-	1	3	1	2
Jogjatradition	-	1	1	-	-	-	-

Tabel 4.1 Data *Co-Branding* Jogja Tahun 2018-2020

Berdasarkan data yang diambil pada laman "Jogja KI" milik UPT Balai Pengelola Kekayaan Intelektual Daerah Istimewa Yogyakarta, total jumlah lisensi sampai dengan tanggal 24 Juni 2024 sebanyak 1264 buah, terdiri dari lisensi Jogjamarak sebanyak 1.247 buah; lisensi 100% Jogja 15 buah; dan lisensi Jogjatradition sebanyak 2 buah.⁶⁵ Sebagai contoh dari penggunaan *co-branding* Jogja pada merek industri yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta yaitu contohnya

⁶⁴ *Ibid.*

⁶⁵ Joja Ki, "Data Co-Branding", diakses Tanggal 24 Juni 2024, https://jogjaki.jogjaprovo.go.id/mod.php?module=byname_co&tahun=2024&jenis_co=3&jenis_usaha=&kabupaten=&kecamatan=&desa=

merek DAPRAZKA pada lisensi Jogjamark, merek KALINDA pada lisensi 100% Jogja, dan merek DEN BAGUS pada lisensi Jogjatradition.⁶⁶

Meskipun dalam perjalanannya kebijakan *co-branding* Jogja mengalami peningkatan, namun tidak dapat dipungkiri bahwa pelaku pelaksana kebijakan *co-branding* Jogja yaitu UPT Balai Pengelola Kekayaan Intelektual yang menjadi satu-satunya instansi pemerintah di Daerah Istimewa Yogyakarta yang memiliki wewenang untuk melakukan pendaftaran *co-branding* Jogja, juga mengalami beberapa kendala diantaranya yaitu keterbatasan jumlah anggota yang ada di Balai Pengelola Kekayaan Intelektual dan jumlah anggaran sehingga menyebabkan keterbatasan pelaksanaan sosialisasi mengenai *co-branding* Jogja hal ini pula menimbulkan dampak ke masyarakat terkhusus para pemilik UMKM yaitu adanya keterbatasan informasi yang diperoleh masyarakat terkait manfaat Hak Kekayaan Intelektual dan *co-branding* Jogja.⁶⁷

Besar harapan dengan adanya program *co-branding* Jogja ini dapat menjadi penanda dan menciptakan suatu kebanggaan tersendiri pada produk khas milik Daerah Istimewa Yogyakarta sehingga produk ini akan membawa keunikan dan keindahan khas Daerah Istimewa Yogyakarta ke seluruh penjuru daerah yang ada di Indonesia.

⁶⁶ *Ibid.*

⁶⁷ *Ibid.*

B. Penyelesaian Sengketa Pelanggaran Hak Atas Merek.

Kehadiran dari Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis sejatinya sudah menjadi salah satu bentuk aturan yang mengatur mengenai merek secara kompleks termasuk perihal penyelesaian sengketa dan sanksi yang diperoleh oleh pelanggar. Proses penyelesaian sengketa yang terjadi menurut Undang-Undang Merek dilakukan dan merupakan kewenangan dari Pengadilan Niaga yang menjadi badan peradilan khusus, pilihan lain dapat diselesaikan melalui Alternatif Penyelesaian Sengketa. Daerah Istimewa Yogyakarta yang notabene tidak memiliki Pengadilan Niaga dapat dengan mudah dapat melakukan aduan apabila menemui pelanggaran terhadap *Intellectual Property* melalui Kanwil Kementerian Hukum dan HAM DIY.⁶⁸

Seperti yang sudah disebutkan diatas, penyelesaian sengketa sejatinya merupakan hak dari para pihak serta pilihan para pihak yang menghendaki akan menggunakan proses penyelesaian sengketa dengan metode apapun dan para pihaknya diwajibkan untuk memilih salah satu metode penyelesaian sengketa yang sudah diatur dalam regulasi yang berlaku di Indonesia.

1. Alternatif Penyelesaian Sengketa (ASP)

⁶⁸ Wawancara dengan narasumber Syiwi Anggraeni , ASN Kanwil KEMENKUMHAM DIY pada Senin 27 Mei 2024.

Peraturan mengenai ASP dapat ditemui dalam Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa. Alternatif Penyelesaian Sengketa dapat didefinisikan menjadi suatu lembaga penyelesaian sengketa yang menyepakati atau memfasilitasi pihak terkait untuk menyelesaikan sengketa di luar pengadilan melalui konsultasi, perundingan, mediasi, konsolidasi, atau pendapat ahli lainnya.⁶⁹

Kanwil Kementerian Hukum dan HAM Daerah Istimewa Yogyakarta, selain menerima pendaftaran lisensi Hak Kekayaan Intelektual, juga memiliki program pengaduan bilamana masyarakat terutama pemilik UMKM mendapati adanya suatu pelanggaran terhadap mereknya. Pilihan utama yang menjadi tawaran yaitu melalui penyelesaian sengketa dengan prosedur mediasi. Mediasi merupakan alternatif untuk negosiasi penyelesaian suatu masalah dengan mengundang mediator serta tidak memihak kepada pihak manapun yang menjalin kerjasama dengan pihak yang memiliki sengketa untuk bersama-sama memecahkan masalah yang ada.⁷⁰ Hasil wawancara menunjukkan, selama kurun waktu dari tahun 2022 hingga 2023 proses alternatif penyelesaian sengketa dengan menggunakan jalur mediasi terkait

⁶⁹ Dr. Shopar Maru Hutagalung, S.H., M.H., *Praktik Peradilan Perdata, Kepailitan, dan Alternatif Penyelesaian Sengketa*, (Sinar Grafika: Jakarta Timur), April 2019, hlm. 289.

⁷⁰ Dr. Susanti Adi Nugroho, S.H., M.H. *Manfaat Mediasi Sebagai Alternatif Penyelesaian Sengketa*, (Kencana : Jakarta), April 2019, Hlm. 22

pelanggaran hak atas merek yang berhasil ditangani oleh Kanwil Kementerian Hukum dan HAM Daerah Istimewa Yogyakarta berjumlah 6 (enam) kasus.⁷¹

NO	JENIS PENGADUAN
TAHUN 2022	
1.	Pelanggaran Merek Ndalem
2.	Pelanggaran Merek Punokawan
TAHUN 2023	
1.	Pelanggaran Merek Kedaigrafis
2.	Pelanggaran Merek Komunitas Motor AHPC PCX
3.	Pelanggaran Merek Sei Sapi Bone'
4.	Pelanggaran Merek Avoskin

Tabel 4.2 Daftar Kasus Penyelesaian Sengketa Mediasi Hak Atas Merek

Fasilitasi mediasi yang diberikan oleh Kanwil Kementerian Hukum dan HAM Daerah Istimewa Yogyakarta menganut pada delik aduan, sehingga sesudah adanya aduan petugas yang ditunjuk akan segera memverifikasi apakah benar aduan yang diperoleh merupakan aduan yang berasal dari pemegang hak atas merek terkait setelah itu akan dibentuk tim yang terdiri dari mediator dan penyidik.⁷² Mediasi kemudian dilakukan dengan mengundang

⁷¹ *Opcit.*

⁷² *Ibid.*

terlapor dan pelapor. Mediasi yang berlangsung di Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Daerah Istimewa Yogyakarta tidak dibatasi oleh batas maksimal mediasi yang dapat dilakukan oleh para pihak.

Mediasi akan tetap berlanjut ketika pihak terlapor dan pelapor belum mencapai kesepakatan dan bersepakat ingin menyelesaikan sengketa menggunakan cara mediasi.⁷³ Jikalau nantinya memang mediasi tidak menemui titik temu, petugas akan melemparkan kasus ke pengadilan negeri di Daerah Istimewa Yogyakarta jika masuk ke ranah sengketa pidana atau ke pengadilan niaga jika masuk ke ranah sengketa perdata.

2. Arbitrase

Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian pada Pasal 1 ayat (1) yang dapat disimpulkan sebagai salah satu tata cara penyelesaian sengketa perdata di luar peradilan yang dibuat secara tertulis berdasarkan dengan perjanjian yang sudah disepakati oleh para pihak yang bersengketa. Para pihak wajib menyelesaikan perselisihannya dihadapan majelis arbitrase dan dengan sengaja membuat perjanjian arbitrase. Objek dari arbitrase sendiri adalah sengketa yang lingkupnya masuk pada bidang perdagangan. Merek sebagai

⁷³ *Ibid*

salah satu identitas suatu barang yang di dagangkan, tentunya masuk ke dalam objek sengketa arbitrase, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sengketa merek dapat diselesaikan dengan cara arbitrase.⁷⁴

3. Pengadilan

Pengadilan merupakan suatu lembaga yang memiliki wewenang dalam bidang kekuasaan kehakiman dengan tugas utama memeriksa dan mengadili suatu perkara. Badan peradilan khusus yang memiliki wewenang untuk mengadili perkara yang berkaitan dengan Hak Atas Merek yaitu Pengadilan Niaga. Pasal 83 dan 84 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis sudah menjabarkan hal penting terkait kewenangan Pengadilan Niaga yang berwenang untuk memeriksa dan mengadili sengketa terkait Hak Kekayaan Intelektual yakni:

- a. Pihak dengan tanpa hak menggunakan merek, maka penerima atau pemegang lisensi merek selanjutnya dapat mengajukan gugatan yang disertai bukti ke pengadilan niaga bahwasanya pihak lain sudah menggunakan merek terdaftar yang

⁷⁴ I Gede Mahendra Juliana Adiputra, Ida Ayu Putu Widiati, Ni Made Puspasutari Ujjanti, "Penyelesaian Perkara Pelanggaran Hak Atas Merek", *Jurnal Preferensi Hukum*, Vol. 1, No. 2, September 2020. Hlm. 70.

memiliki kesamaan pada pokoknya dari pemilik lisensi merek;⁷⁵

- b. Gugatan yang dapat dilakukan oleh pemegang merek yakni gugatan ganti kerugian atau pemberhentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan suatu merek tertentu yang dapat diajukan pada putusan pengadilan maupun diajukan ke Pengadilan Niaga;
- c. Pemilik lisensi merek dapat melakukan permohonan ke hakim yang nantinya akan menghentikan kegiatan peredaran, produksi, atau perdagangan barang atau jasa yang menggunakan merek tanpa hak

⁷⁵ Patricia Weyni Lasut, "Penyelesaian Sengketa Gugatan Atas Pelanggaran Merek Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis", *Lex Et Societatis*, Vol. 7, No. 1, Januari 2019. Hlm. 67.