

PENGEMBANGAN POTENSI PRODUKSI USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH DI PONDOK PESANTREN MELALUI PENDAMPINGAN HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL

Zora Febriena Dwithia Hidayat Putri¹, Ranitya Ganindha²

Abstract

Islamic boarding schools as one of the educational facilities are currently starting to develop their potential in the economic field by establishing business centers. Most of the businesses owned by pesantren are micro, small and medium scale enterprises (MSMEs). MSMEs are considered to play an important role in Indonesia's economic activities because most businesses in Indonesia are small businesses that absorb a lot of labor. However, significant developments in terms of quantity have not been accompanied by developments in terms of quality. The purpose of this study is to analyze the mapping of potential business products from Islamic boarding schools in Malang, analyze the obstacles faced by MSMEs in Islamic boarding schools in product innovation about Intellectual Property Rights for MSMEs to increase production potential. This study employs Juridical Empirical research. The focus of this research is the protection of IPR for MSMEs in Islamic boarding schools in Malang. Based on the results of the study, it can be concluded that the potential of MSME products owned by Islamic boarding schools in Malang City is currently quite diverse, ranging from supermarkets which are not only limited to internal boarding schools but also for the surrounding community. This activity also opens up opportunities for opening up job opportunities for many people as well as providing entrepreneurial education for students. Given the enormous benefits, this potential needs to be continuously supported and developed from various aspects, one of which is in terms of guaranteeing legal protection for MSME products of Islamic boarding schools through IPR assistance. Constraints faced by MSMEs in Islamic boarding schools in product innovation in relation to Intellectual Property Rights include: lack of detailed understanding of legal protection for MSME actors; stages of trademark registration that are considered difficult. Management is considered to only be able to be done directly and cannot use an online mechanism so that it will require quite a lot of costs; and product exclusivity is not the main thing, business competition is not too tight. IPR protection for MSME products is needed to prevent ideas that are owned and then stolen and used by other parties. Some forms of IPR protection that can be given to MSME products in Islamic boarding schools are through copyright management, brand rights, and having trade secrets.
Keyword: islamic boarding schools; IPR assistance; MSME products

Abstrak

Pondok pesantren sebagai salah satu sarana Pendidikan saat ini mulai mengembangkan potensinya di bidang ekonomi dengan mendirikan sentra-sentra usaha. Sebagian besar usaha yang dimiliki oleh pesantren adalah usaha skala mikro, kecil dan menengah (UMKM). UMKM dianggap memegang peranan penting dalam kegiatan perekonomian Indonesia karena sebagian besar usaha di Indonesia adalah usaha kecil yang banyak menyerap tenaga kerja. Namun, perkembangan signifikan dari sisi kuantitas belum diiringi dengan perkembangan dari segi kualitas. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pemetaan potensi produk usaha dari pondok pesantren di Malang, menganalisis kendala yang dihadapi UMKM pondok pesantren dalam inovasi produk dalam kaitannya dengan Hak Kekayaan Intelektual. Jenis penelitian ini adalah penelitian Yuridis Empiris. Fokus penelitian ini adalah perlindungan HKI bagi UMKM pada pondok pesantren di Malang. Berdasarkan hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan bahwa potensi produk UMKM yang dimiliki oleh pondok pesantren di Kota Malang saat ini cukup beragam, mulai dari toko swalayan yang tidak hanya terbatas bagi kalangan internal pesantren namun juga bagi masyarakat sekitar. Kendala yang dihadapi UMKM pondok pesantren dalam inovasi produk dalam kaitannya dengan Hak Kekayaan Intelektual di antaranya: kurangnya pemahaman secara mendetail tentang perlindungan hukum bagi pelaku UMKM; tahapan yang dianggap rumit dan hanya dapat dilakukan secara langsung dan tidak bisa menggunakan mekanisme *online* sehingga akan membutuhkan biaya yang cukup banyak; dan eksklusivitas produk bukan menjadi hal utama, persaingan usaha tidak terlalu ketat. Perlindungan HKI terhadap produk hasil UMKM diperlukan untuk mencegah ide yang dimiliki kemudian dicuri dan dimanfaatkan oleh pihak lainnya.

¹ Fakultas Hukum, Universitas Brawijaya, Jl. M.T. Haryono No. 169 Malang 65145 | zorafebrienadhp@ub.ac.id

² Fakultas Hukum, Universitas Brawijaya, Jl. M.T. Haryono No. 169 Malang 65145 | r.ganindha@ub.ac.id

Beberapa bentuk perlindungan HKI yang dapat diberikan kepada produk UMKM pondok pesantren adalah melalui pengurusan hak cipta, hak merek, dan memiliki rahasia dagang.

Kata kunci: produk UMKM; pondok pesantren; pendampingan HKI

Pendahuluan

Berdasarkan data statistik menunjukkan bahwa di provinsi Jawa Timur terdapat 3.573 pondok pesantren yang tersebar di seluruh kota di Jawa Timur. Sebanyak 1,6% dari jumlah tersebut, yakni sekitar 60 pondok pesantren tersebar di Kota dan Kabupaten Malang. Pondok pesantren bukan hanya memiliki peran dalam area pendidikan, khususnya Pendidikan agama, namun juga memiliki potensi besar lain yang dapat dihasilkan melalui peranan santri. Salah satunya adalah potensi pengembangan kegiatan ekonomi. Saat ini, sebagian pesantren telah mengembangkan potensi yang dimiliki dengan mendirikan sentra-sentra usaha dari bidang pertanian, peternakan, hingga produk olahan lainnya.

Potensi pesantren untuk memasuki pasar sesungguhnya cukup tinggi. Terdapat beberapa faktor yang menyebabkan produk pesantren memiliki keuntungan. Faktor *pertama*, jaringan yang sudah terbentuk dapat dimanfaatkan sebagai tempat menyalurkan produk. Faktor *kedua*, secara kuantitas, jumlah santri yang belajar di pesantren seluruh Jawa Timur berjumlah ± satu juta santri. Jumlah tersebut belum termasuk keluarga para santri, besarnya jumlah tersebut menjadi potensi pasar dari usaha pesantren sudah tersedia. Apalagi, umumnya terdapat ikatan emosional antara santri dan keluarga terhadap pondok pesantren tempat menimba ilmu. Faktor *ketiga*, jumlah Pesantren di Jawa Timur menjadi kekuatan dan pasar potensial di mana kluster produk yang dihasilkan pesantren di antaranya kluster hasil pertanian, peternakan, perikanan, perkebunan, industri makanan minuman, pakaian, kerajinan, alat rumah tangga, jasa, pariwisata, hingga teknologi informasi. Jika dioptimalkan tentu hal ini menjadi kekuatan yang luar biasa. Apalagi dimanfaatkan dengan baik, antara pesantren yang satu dengan yang lain dapat menjalin kerjasama untuk saling memenuhi kebutuhannya. Selain itu, sebagian besar santri berada pada usia muda yang mempunyai daya kreasi dan kreativitas yang tinggi.

Pengembangan pengembangan kapasitas pondok pesantren juga dapat meningkatkan ekonomi kerakyatan.³ Selama ini pondok pesantren menjadi sasaran masyarakat untuk mendapatkan pendidikan secara layak dengan biaya yang tidak terlalu tinggi. Oleh karena itu, kegiatan usaha dan produksi pondok pesantren harus mendapatkan perhatian lebih, karena menyangkut ketahanan produk pangan dan pengembangan potensi ekonomi kerakyatan. Sebagai pelaku usaha, pondok pesantren memiliki karakter yang berbeda dengan pelaku usaha industri. Pesantren masih berada dalam tahap awal dalam memulai usaha. Sehingga sebagian besar usaha yang dimiliki oleh pesantren adalah usaha skala mikro, kecil dan menengah.

Usaha mikro, kecil, dan menengah (selanjutnya disebut UMKM) merupakan kontributor utama dari pemasukan negara. Sebaran jenis usaha di Indonesia berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM RI menunjukkan bahwa UMKM mendominasi pangsa pelaku usaha dengan jumlah sekitar 99,9% atau sekitar 62,9 juta unit dari total jumlah pelaku usaha di Indonesia, dengan kata lain pelaku usaha besar hanya berjumlah sekitar 0,01% dari total pelaku usaha atau sejumlah ± 5400 unit. Usaha mikro mampu menyerap tenaga kerja

³ Muhammad Saleh, I Nyoman Budiono, and Nidaul Islam, 'Manajemen Kewirausahaan Koperasi Pondok Pesantren Al-Urwatul Wutsqaa', *BALANCA : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1.1 (2019), 56-70 <<https://doi.org/10.35905/balanca.v1i1.1039>>.

hingga 89,2%, usaha kecil menyerap 4,74% tenaga kerja, usaha menengah sebanyak 3,11%, sementara usaha besar hanya menyerap 2,95% dari ketersediaan tenaga kerja atau sekitar 3,58 juta jiwa. Kesimpulan yang didapatkan berdasar data tersebut adalah bahwa UMKM menyerap 97% dari total tenaga kerja sedangkan usaha besar hanya menyerap sebesar 3% dari total jumlah angkatan kerja secara nasional. Meskipun demikian, UMKM yang dianggap menyelamatkan perekonomian negara pun ternyata tidak terlepas dari berbagai tantangan dalam persaingan pasar.

Keberadaan UMKM dalam kegiatan usaha di Indonesia memiliki peranan vital.⁴ UMKM dianggap memegang peranan penting dalam kegiatan perekonomian Indonesia, sebagian besar usaha di Indonesia adalah usaha kecil yang banyak menyerap tenaga kerja. Banyak tenaga kerja yang terserap melalui aktivitas UMKM tersebut. Akan tetapi perkembangan signifikan dari sisi kuantitas tersebut belum diiringi dengan peningkatan dari segi kualitas. Terdapat kendala-kendala yang dihadapi oleh UMKM dalam menjalankan kegiatan usahanya. Faktor penyebab rendahnya produktivitas tersebut disebabkan oleh beberapa faktor seperti: a) kualitas sumber daya manusia yang belum memadai, khususnya dalam ranah organisasi, manajemen dan pemasaran, b) lemahnya kompetensi kewirausahaan, c) keterbatasan akses terhadap permodalan, teknologi dan informasi.

UMKM menjadi salah satu sektor usaha yang terkena imbas langsung akibat pandemi Covid-19. Sektor usaha kecil yang pada dua krisis sebelumnya yakni krisis ekonomi tahun 1998 hingga krisis global 2008 mampu bertahan, pada kondisi kali ini keadaannya sedikit berbeda. Serangkaian kebijakan dikeluarkan pemerintah untuk menyelamatkan UMKM dan menjaga bisnis tetap bertahan. Dari sisi internal UMKM, kreativitas dan inovasi adalah faktor utama untuk bertahan dari segala krisis.

Inovasi adalah kunci utama untuk meningkatkan peran UMKM dalam daya saing usaha. Pelaku UMKM yang memasuki pasar cenderung tidak mampu bersaing dengan pelaku usaha besar. Tantangan yang dihadapi bukan hanya sekedar permodalan melainkan kemampuan untuk melakukan riset dan pengembangan atas suatu produk. Sebagian besar pelaku UMKM termasuk juga di pondok pesantren sulit melakukan inovasi produk. Inovasi produk yang minim menjadikan produk UMKM Indonesia kurang mampu bersaing baik di pasar lokal, regional, maupun internasional. Mengutip pendapat M. Michael A. Carrier: *"Innovation refers to the process by which new and improved products are brought to the market. There are many types of innovation. Radical innovations represent technological breakthroughs, while incremental improvements involve modest changes to existing product."*⁵

Michael Porter menyatakan bahwa inovasi berkaitan erat dengan daya saing. Keunggulan atas daya saing dibagi lagi menjadi dua yakni: 1) Keunggulan komparatif yang meliputi biaya produksi yang rendah, seperti tenaga kerja, bahan mentah, kapital, atau

⁴ Sulasno Sulasno, 'Penerapan Kekayaan Intelektual (KI) Terhadap Umkm Sebagai Upaya Mewujudkan Persaingan Bisnis Berkeadilan', *Ajudikasi: Jurnal Ilmu Hukum*, 2.2 (2018), 173 <<https://doi.org/10.30656/ajudikasi.v2i2.958>>.

⁵ Terjemahan bebasnya, "Inovasi adalah proses memasukkan produk yang (dianggap) baru dan lebih baik ke dalam pasar. Terdapat banyak jenis inovasi; inovasi radikal adalah sebuah inovasi yang berwujud terobosan teknologi, sementara inovasi yang berupa peningkatan secara bertahap biasanya dilakukan dengan melakukan perubahan sederhana pada produk yang sudah ada".

infrastruktur fisik, dan ukuran skala usaha; dan 2) Keunggulan kompetitif seperti yang terdapat pada kemampuan kreativitas, produktivitas, dan inovasi yang bukan semata mata inovasi teknologi, melainkan juga inovasi cara-cara pemasaran, inovasi posisi produk di antara produk-produk pesaing, dan inovasi kualitas pelayanan. Kekuatan daya saing kompetitif adalah pada pengelolaan *intangible asset* (aset tak berwujud) yang salah satunya berupa Hak kekayaan Intelektual (HKI). Konsep keunggulan komparatif dapat dengan mudah tergantikan, sedangkan keunggulan kompetitif yang baik menjadikan daya saing perusahaan semakin baik.

HKI menjadi bagian dari auto persaingan individu, terdapat pergeseran makna perlindungan menjadi suatu strategi pembangunan bangsa.⁶ Perlindungan HKI bagi pelaku usaha UMKM dapat memberikan proteksi dan menghindarkan dari kerugian. Misalnya ketika produk yang dihasilkan kemudian diklaim oleh pelaku usaha lain. Ketika pelaku usaha UMKM fokus mengembangkan produk, tanpa disadari pelaku usaha lain mendaftarkan merek usaha tersebut. Akibat yang timbul adalah pemegang merek dari suatu produk adalah yang pertama kali mendaftarkan. Pendaftaran HKI juga akan membawa banyak keuntungan ketika usaha semakin bertumbuh besar. Kemudahan proses pengalihan, lisensi, investasi, hingga penawaran saham publik (IPO/*Initial Public Offering*) menjadi lebih mudah untuk dilakukan. Perlindungan akan membuat pelaku usaha lebih fokus dalam mengembangkan usahanya.

UMKM dituntut untuk dapat bersaing secara global.⁷ Pemahaman pelaku UMKM mengenai HKI masih rendah. Sebagian besar pelaku usaha belum menyadari bahwa HKI dapat menjadi *intangible asset* yang memiliki nilai tinggi. Perlindungan atas inovasi dan kreatifitas dianggap bukan sesuatu yang penting. UMKM memang tidak memiliki kekuatan modal yang besar, namun kreativitas dan inovasilah yang seharusnya lebih dilindungi. Hingga tahun 2020 lalu, masih sedikit produk UMKM yang didaftarkan di Kementerian Hukum dan HAM. Pelaku usaha UMKM kerap menganggap bahwa proses pendaftaran akan memakan waktu lama serta biaya yang mahal. Padahal saat ini proses pendaftaran dapat dilakukan secara daring melalui laman Kementerian Hukum dan HAM. Berangkat dari pemikiran tersebut, pendampingan terhadap pelaku usaha UMKM utamanya yang berbasis pondok pesantren perlu dilakukan.

PPTQ Oemah Al-Quran dan pondok pesantren An-Nur merupakan pondok pesantren yang juga menjalankan usaha pada skala mikro dan kecil. Kegiatan usaha tersebut sebagian besar dijalankan oleh para santri dan pengurus pondok. Bentuk usaha yang dilakukan oleh kedua pondok pesantren tersebut merupakan usaha makanan olahan seperti misalnya PPTQ Oemah Al-Quran yang menjual produk ayam goreng dan pondok pesantren An-Nur dengan produk andalan berupa bakso dan makanan ringan. Dinilai dari segi rasa, produk-produk olahan tersebut memiliki kualitas rasa yang dapat bersaing. Namun, dari sisi inovasi diperlukan pendampingan HKI lebih lanjut untuk meningkatkan kualitas kemasan, logo, merek dan sebagainya. Berikut adalah gambar contoh produk olahan hasil pondok pesantren.

⁶ Latipah Nasution, 'Efektifitas HKI Sebagai Pelindung Industri Kreatif Dan UMKM Di Tengah Pandemi Covid-19', *Adalah*, 4.1 (2020) <<https://doi.org/10.15408/adalah.v4i1.16466>>. h.239.

⁷ Ratih Agustin Wulandari and Raimon Efendi, 'The Function of Trademark and Legal Protection for MSME's in the Covid-19 Era', *International Journal of Management and Business (IJMB)*, 1.1 (2020) <<https://doi.org/https://doi.org/10.46643/ijmb.v1i1.8>>. h.27.



Gambar 1. Produk Ayam Goreng PPTQ Oemah Al-Quran

Pada suatu produk yang dihasilkan oleh pondok pesantren sebagai pelaku usaha UMKM terkandung banyak potensi di dalamnya seperti misalnya hak merek yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU No. 20/2016), hak cipta yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta (UU No. 28/2014), rahasia dagang yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang (UU No. 30/2000), dan desain industri yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2000 tentang Desain Industri (UU No. 31/2000). Pada industri kecil makanan misalnya, terdapat perlindungan hak cipta pada logo produk, perlindungan terhadap merek juga perlindungan rahasia dagang terhadap informasi seperti resep masakan. Rezim Hukum HKI akan memberikan proteksi terhadap pemegang hak suatu produk untuk mendapatkan hak eksklusif serta keuntungan secara ekonomis.

Berdasarkan uraian di atas, permasalahan yang hendak dikaji adalah: 1) apa saja potensi produk UMKM yang dimiliki oleh pondok pesantren di Kota Malang; 2) apa kendala yang dihadapi UMKM pondok pesantren dalam inovasi produk dalam kaitannya dengan Hak Kekayaan Intelektual; dan 3) bagaimana Hak Kekayaan Intelektual dapat meningkatkan potensi produk UMKM Pondok pesantren. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Yuridis Empiris yang berlokasi di Pondok Pesantren PPTQ Oemah Al-Quran dan Pondok Pesantren An-Nur Malang.

Berkaitan dengan penelitian terdahulu sebagai kebaruan dalam penelitian ini akan membandingkan penelitian yang relevan, antara lain:

1. Penerapan Kekayaan Intelektual Terhadap UMKM sebagai Upaya Mewujudkan Persaingan Bisnis Berkeadilan, dalam penelitian ini penulis membahas tentang perlindungan hukum produk UMKM sebagai bentuk mewujudkan keadilan berbisnis. Sehingga pemerintah diharapkan memberikan kemudahan dalam pendaftaran, keringanan, dan kemudahan akses.⁸
2. Kesadaran Hukum Pelaku UMKM dalam Perlindungan Kekayaan Intelektual, dalam penelitian ini penulis membahas kesadaran hukum pelaku UMKN dalam

⁸ Sulasno.

perlindungan merk dan desain industri di Indonesia yang dinilai sangat kurang sehingga kualitas UMKM masih terbilang cukup rendah.⁹

3. Membangkitkan UKM dalam Dunia Pesantren, dalam penelitian ini membahas terkait cara untuk memberikan solusi, motivasi, dan inovasi ketika mempertahankan UMKM yang terdampak covid-19 di Pesantren Alhanif Ciputat Serua Tangerang Selatan.¹⁰

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian yuridis empiris, yakni yang mencakup penelitian terhadap identifikasi hukum dalam hal ini tindakan yang dilakukan langsung terjun ke lapangan untuk mengetahui fakta yang terjadi serta yang mencakup penelitian terhadap efektivitas hukum.¹¹ Penelitian ini menganalisa data yang diperoleh langsung dari responden, yaitu Pondok pesantren PPTQ Oemah Al-Quran dan Pondok Pesantren An-Nur. Penelitian ini akan berfokus pada perlingan HKI bagi usaha mikro, kecil dan menengah pada pondok pesantren di Kota Malang. Lokasi penelitian yang peneliti pilih adalah Pondok Pesantren PPTQ Oemah Al Quran dan Pondok Pesantren An-nur.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Potensi Usaha Skala Mikro, Kecil dan Menengah oleh Pondok Pesantren

1. Pemberdayaan Ekonomi Pondok Pesantren Melalui Kegiatan Usaha

Pesantren bukan hanya sebagai tempat untuk sekedar menuntut ilmu namun juga memiliki makna penting lainnya.¹² Konsep pendidikan pesantren telah dikenal sejak zaman penjajahan dan bahkan menjadi sarana pergerakan perjuangan. Hingga saat ini telah terjadi perubahan corak pesantren dari masa ke masa. Kehidupan yang dinamis dan memiliki tantangan serta persaingan yang menuntut setiap orang untuk mampu menghadapi dengan daya upayanya sendiri. Namun, sikap mandiri tersebut harus diwujudkan melalui proses yang panjang dan melalui beberapa tahapan-tahapan tertentu. Sebagai lembaga keagamaan sekaligus pendidikan, menerapkan suatu program kepada para santri yang bertujuan untuk menumbuhkan jiwa disiplin dan wirausaha adalah suatu wujud perkembangan pola pikir. Pola pergeseran makna pesantren pada saat ini, dari awalnya hanya bersifat urusan agama semata namun juga merambah pada hal yang berkaitan dengan hal muamalah. Pada waktu lampau, berbicara mengenai pesantren hanya terkait dengan agama, akan menjadi tabu apabila membahas hal-hal yang berkaitan dengan urusan duniawi seperti misalnya berbisnis apalagi mewujudkan kemandirian melalui kegiatan bisnis/wirausaha bagi santrinya. Saat ini pemikiran pesantren adalah mewujudkan santri yang memiliki karakter mandiri, jujur, kreatif dan ulet.

⁹ Inayah, 'Kesadaran Hukum Umkm Terhadap Ketentuan Di Bidang Kekayaan Intelektual', *Law and Justice*, 4.2 (2019), 120-36 <<https://doi.org/10.23917/laj.v4i2.8942>>.

¹⁰ H. Arsid and others, 'MEMBANGKITKAN UKM DALAM DUNIA PESANTREN: UPAYA MENINGKATKAN EKONOMI UMMAT DI PONDOK PESANTREN YATIM AL HANIF KEL. SERUA, KEC. CIPUTAT, KOTA TANGERANG SELATAN', *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2.1 (2021) <<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.32493/al-jpkm.v2i1.8795>>.

¹¹ Mukti Fajar and Yulianto Achmad, *Dualisme Peneitian Hukum Normatif Dan Empiris* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009).

¹² Muhammad Anwar Fathoni and Ade Nur Rohim, 'PERAN PESANTREN DALAM PEMBERDAYAAN EKONOMI UMAT DI INDONESIA', *Conference on Islamic Management, Accounting and Economic*, 2 (2019) <<https://journal.uui.ac.id/CIMAE/article/view/12766>>.

Konsep UMKM adalah kelompok usaha yang beranjak dari kehendak dan upaya yang dilakukan oleh masyarakat dengan memanfaatkan potensi ataupun modal yang dimiliki sendiri oleh masyarakat dengan memanfaatkan potensi dan peluang. Melalui daya upaya yang dimiliki oleh masyarakat itulah suatu usaha dikembangkan, pada umumnya pada usaha UMKM, peranan pemerintah tidak terlalu besar. Hanya pada hal dan kegiatan tertentu pemerintah melakukan intervensi yang menyangkut permodalan, pemasaran dan hal manajemen. Apabila dilihat dari sisi jumlah, lebih dari 90 % bentuk usaha di Indonesia ialah UMKM, seharusnya kelompok inilah yang harus mendapatkan perhatian lebih. Karena UMKM adalah usaha yang paling banyak menyerap tenaga kerja. Apabila dikaitkan dengan pasal 33 Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (UUD NRI 1945) yang menyatakan bahwa sesungguhnya perekonomian Indonesia disusun berdasar usaha bersama dan dilandaskan pada azas kekeluargaan. UMKM dianggap bisa menjadi tumpuan perekonomian Indonesia yang handal, dapat tumbuh menjadi badan usaha sekaligus gerakan ekonomi kerakyatan di segala sektor.¹³

UKM dan Koperasi mampu menjadi tulang punggung perekonomian yang makin handal, mampu berkembang sebagai badan usaha sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang sehat, tangguh, kuat dan mandiri, serta menjadi wadah yang efektif untuk menggalang kekuatan ekonomi rakyat di semua kegiatan/sektor perekonomian

Salah satu metode yang khas dari pondok pesantren adalah santri haruslah tinggal dan menetap di suatu tempat atau disebut dengan sistem asrama. Seorang santri yang tinggal di pondok pesantren tersebut mendapatkan ilmu dan pendidikan dan dikepalai kyai (pemuka agama) yang merupakan koordinator pendidikan. Kyai juga berdomisili di pondok dan dianggap memiliki kharisma tersendiri dan juga memiliki sifat independen.¹⁴

Data menyebutkan bahwa pertumbuhan pondok pesantren di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, hal tersebut dapat dilihat dari penambahan jumlah pondok pesantren dan santri yang menimba ilmu. Tahun 2021 jumlah pondok pesantren di Indonesia mencapai 31.385¹⁵ dan sebagian pondok pesantren tersebut menyebar di Pulau Jawa dengan cakupan persentase sebesar 56 %. Pemerintah sendiri telah menetapkan aturan terkait Pondok Pesantren yang tertuang dalam Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2019 tentang Pondok Pesantren (UU No. 18/2019).¹⁶ Melalui pengaturan dalam undang-undang tersebut, pesantren

¹³ Mukhtar Abdul Kader, 'PERAN UKM DAN KOPERASI DALAM MEWUJUDKAN EKONOMI KERAKYATAN DI INDONESIA', *JURISMA: Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 8.1 (2018) <<https://doi.org/10.34010/jurisma.v8i1.995>>.

¹⁴ Suwito NS, 'Model Pengembangan Ekonomi Pondok Pesantren', 2008 <https://www.researchgate.net/publication/330014440_Model_Pengembangan_Ekonomi_Pondok_Pesantren/fulltext/5c2a141da6fdccfc70736eac/Model-Pengembangan-Ekonomi-Pondok-Pesantren.pdf>.

¹⁵ Fajar Pebrianto, 'Di Depan Pimpinan Pesantren, Airlangga Beberkan Posisi Ekonomi Syariah RI', *Bisnis.Tempo.Co*, 2021 <<https://bisnis.tempo.co/read/1472002/di-depan-pimpinan-pesantren-airlangga-beberkan-posisi-ekonomi-syariah-ri>> [accessed 20 November 2021].

¹⁶ Pasal 6 UU No. 18/2019 mengatur bahwa pesantren didirikan oleh perseorangan, yayasan, organisasi masyarakat Islam, dan/atau masyarakat. Pendirian Pesantren wajib berkomitmen mengamalkan nilai Islam *rahmatan lil 'alamin* dan berdasarkan Pancasila, UUD NRI 1945, serta Bhinneka Tunggal Ika.

memiliki kemandirian untuk lebih mengembangkan potensi kelembagaan yang dimilikinya, termasuk di dalamnya kewirausahaan.

Dukungan pemerintah mengenai pendirian pesantren yang diatur dalam undang-undang semakin meningkatkan pertumbuhan jumlah pesantren yang melebihi angka 28.000 dan terletak menyebar di Indonesia, pondok pesantren memiliki peranan strategis untuk menunjang perekonomian secara nasional, karena pondok pesantren memiliki banyak santri dan alumni santri, ditambah dengan pola hubungan santri dan pondok pesantren yang memiliki kedekatan secara emosional, keadaan tersebut menjadikan pondok pesantren memiliki potensi besar untuk mendukung perekonomian lokal di sekitar pondok dan secara nasional, bahkan pada masa pandemi Covid-19 ini, pendidikan di pondok pesantren tidak terpengaruh. Berbagai kekuatan dan modal yang dimiliki menjadikan pesantren tumbuh dan berkembang secara pesat. Ditambah lagi, masyarakat pada umumnya memiliki keyakinan baik terhadap pondok pesantren.

Hal-hal yang dapat dilakukan oleh pesantren untuk mendukung pemberdayaan ekonomi di antaranya adalah dengan menciptakan lapangan pekerjaan, peluang usaha, pendirian badan usaha, lembaga keuangan, koperasi maupun bank, dan dengan tujuan untuk memberikan edukasi kepada para santri. Inovasi yang dilakukan oleh pesantren tersebut bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan karakter santrinya. Oleh karena itulah, dilakukan pengembangan baik dari sisi sarana prasarana juga segala aktivitas penunjang lainnya. Kegiatan pengembangan yang dilakukan oleh pesantren dapat membuka banyak kesempatan kerja bukan hanya bagi internal pesantren namun juga masyarakat di luar pesantren. Bahkan melalui unit usaha kewirausahaan yang dimiliki oleh pesantren, mereka juga dapat bekerja di unit-unit tersebut.

2. Kegiatan Usaha (UMKM) yang Dilakukan di Pondok Pesantren

Terdapat banyak hal dan kegiatan yang bisa dilakukan oleh pesantren untuk ikut memberdayakan kegiatan ekonomi, seperti misalnya dari pembukaan lapangan pekerjaan, memberi peluang usaha dan pendirian badan usaha, peluang usaha, lembaga sosial dan keuangan pesantren dan memberikan edukasi terhadap para santri. Untuk mewujudkan inovasi demi menunjang pendidikan santri maka akan memerlukan banyak fasilitas penunjang di mana pembangunan tersebut akan melibatkan banyak tenaga kerja. Pembukaan lapangan kerja akan memberdayakan masyarakat yang belum memiliki pekerjaan. Sehingga kegiatan pesantren akan berdampak terhadap kesejahteraan masyarakat. Pembukaan lapangan pekerjaan ini termasuk ke dalam salah satu upaya memberdayakan masyarakat. Masyarakat yang tidak memiliki pekerjaan akan mendapatkan pekerjaan dari pesantren sehingga berdampak pada peningkatan kesejahteraan.¹⁷

Secara tidak langsung terhadap pendidikan santri, salah satu fungsi dari pemberdayaan ekonomi ialah memberikan edukasi dan tambahan *soft skill* kepada para santri. Bekal utama alumni pesantren memang adalah pendidikan agama yang kelak digunakan untuk menyebarkan ajaran agama tersebut kepada masyarakat. Akan tetapi, banyak juga kemudian yang memiliki usaha sendiri. Oleh karena itulah, diperlukan suatu pengetahuan mengenai kewirausahaan. Pemahaman kewirausahaan tersebut juga akan membantu santri

¹⁷ Asep Sugandi, Hasan Basri Tanjung, and Radif Khotamir Rusli, 'PERAN PONDOK PESANTREN (PONPES) MODERN DALAM PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT', *TADBIR MUWAHHID*, 1.2 (2017), 99 <<https://doi.org/10.30997/jtm.v1i2.950>>. h.99.

kelak dalam menjalankan usahanya secara prinsip syariah. Melalui pengetahuan tersebut diharapkan santri dapat memiliki kemampuan untuk bersaing. Berikut adalah gambar produk pondok pesantren yang masih belum terdaftar merek dagangnya di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI).

3. Proteksi Hak Kekayaan Intelektual untuk Meningkatkan Potensi Produk Usaha Pondok Pesantren

Kegiatan bisnis tidak dapat dipisahkan dengan HKI.¹⁸ Terdapat kaitan antara HKI dan produk perdagangan yang dihasilkan oleh suatu usaha. HKI mendukung perkembangan ekonomi kreatif. Dalam suatu produk, terdapat HKI yang melekat di dalamnya. Misalnya, ketika terdapat suatu invensi di bidang teknologi terhadap suatu produk, maka masuk ke dalam cakupan perlindungan paten. Perlindungan HKI merek juga diperlukan untuk kemudian membedakan barang sejenis di pasaran dalam kaitannya dengan kualitas suatu produk. Untuk mewujudkan suatu kreasi yang memiliki kaitan dengan seni pada produk perdagangan, maka agar kreasi tersebut memiliki kekuatan hukum maka diperlukan hak berupa desain industri. Selain itu terdapat pula perlindungan rahasia dagang yang pada intinya membantu pelaku usaha untuk menjaga kerahasiaan dari kegiatan usahanya. Melihat pada hal tersebut, maka terdapat hubungan erat bagaimana HKI membantu melindungi pelaku usaha.

Sebagaimana diuraikan pada paragraf sebelumnya, perlindungan atas HKI memiliki makna penting dalam perkembangan dunia usaha. Kegiatan usaha adalah kegiatan yang dinamis, di mana pelaku usaha akan membutuhkan perlindungan terhadap produknya dan segala sesuatu yang berkaitan dengan produknya. Jaminan atas kekayaan intelektual memiliki makna adanya suatu proteksi khusus terhadap perlindungan yang tidak berwujud dari suatu produk. Pemahaman secara komprehensif terhadap HKI tidak hanya bermakna bahwa HKI akan memberi proteksi terhadap suatu produk ataupun bisnis melainkan juga menjaga agar suatu usaha tidak melanggar hukum terkait HKI.

UMKM adalah kegiatan usaha yang memiliki peran penting dalam kegiatan perekonomian, banyak tenaga kerja yang terserap melalui UMKM ini. Perlindungan hukum berupa HKI terhadap suatu produk akan memberikan suatu kepastian hukum dan membawa perkembangan yang lebih baik. UMKM adalah usaha yang bergerak dalam industri kreatif. Mereka akan menghasilkan produk kreatif yang perlu diberikan perlindungan.

Indonesia merupakan Negara yang sebagian besar dana pemasukannya berasal dari UMKM sehingga menjadikannya salah satu faktor yang memiliki peranan besar dalam meningkatkan devisa negara. Sebagian besar pelaku usaha di Indonesia didominasi oleh UMKM. Banyak produk hasil produksi oleh UMKM di Indonesia memiliki nilai ekonomi yang tinggi dan mampu menembus pasar luar negeri. Namun, karena kurangnya kesadaran dan pengetahuan mengenai perlindungan HKI khususnya terhadap suatu produk, pada akhirnya banyak dari produk-produk Indonesia khususnya produk-produk yang memiliki nilai

¹⁸ Syukron Salam and others, 'Penerapan Kekayaan Intelektual Bidang Merek Dan Rahasia Dagang Bagi Para Pelaku UMKM Di Desa Lerep Kabupaten Semarang Dalam Meningkatkan Perekonomian Daerah', *Jurnal Pengabdian Hukum Indonesia (Indonesian Journal of Legal Community Engagement)*, 2021 <<https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/JPHI/article/view/42124/19073>>. h.140

tradisional yang ide-ide dan desainnya dicuri oleh pihak luar. Pelaku ekonomi kreatif, pengusaha kecil di Indonesia kurang memiliki kesadaran akan pentingnya HKI dalam menunjang kegiatan usaha mereka.¹⁹

Pada skala pasar baik nasional maupun global, produk UMKM masih kurang mampu bersaing dengan produk impor. Perkembangan UMKM di Indonesia masih menghadapi berbagai permasalahan baik dari sisi internal maupun eksternal. Berbagai permasalahan yang membelit UMKM di antaranya, keterbatasan kemampuan dan dukungan pemerintan dari sisi birokrasi dan perizinan sehingga menghambat pertumbuhan UMKM. Segala persoalan itu menjadikan UMKM terhambat pertumbuhannya dan belum bisa mengoptimalkan potensi yang dimilikinya. Meskipun UMKM dikatakan mampu bertahan dari adanya krisis global namun pada kenyataannya permasalahan-permasalahan yang dihadapi sangat banyak dan lebih berat. Hal itu selain dipengaruhi secara tidak langsung oleh krisis global, UMKM harus pula menghadapi persoalan domestik yang tidak kunjung terselesaikan seperti masalah upah buruh, ketenaga kerjaan dan pungutan liar, korupsi dan lain-lain.²⁰

Produk dan hasil usaha dari pondok pesantren tersebut sesungguhnya memiliki potensi untuk bersaing dengan produk sejenis dari sisi kualitas, namun pelaku usaha UMKM di pondok masih belum menyadari pentingnya perlindungan HKI terhadap produk tersebut. HKI atas produk memiliki peran penting untuk menjamin hak ekonomi atas karya intelektual dari yang menjamin hak yang dimiliki oleh si pemilik gagasan. Pengusaha UMKM terutama pondok pesantren tersebut membutuhkan edukasi mengenai bagaimana peranan HKI dalam kegiatan usaha.

Pemerintah telah mengeluarkan tujuan peraturan perundang-undangan terkait HKI di antaranya adalah UU No. 28/2014; Undang- Undang Nomor 13 Tahun 2016 tentang Paten (UU No. 13/2016); Undang- Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek (UU No. 20/2016); Undang-Undang Nomor 29 Tahun 2000 tentang Perlindungan Varietas Tanaman (UU No. 29/2000); UU No. 30/2000; UU No. 31/2000; dan UU No. 32/2000.

Selain itu, pemerintah juga meratifikasi perjanjian internasional mengenai HKI di antaranya: *Paris Convention for the Protection of Industrial Property* (Keppres Nomor 15 Tahun 1997); *Patent Cooperation Treaty (PCT) and Regulations under the PCT* (Keppres Nomor 16 Tahun 1997); *Trademark Law Treaty* (Keppres Nomor 17 Tahun 1997); *Berne Convention for the Protection of Literary and Artistic Works* (Keppres Nomor 18 Tahun 1997); dan *WIPO Copy Right Treaty*.

Fakta bahwa potensi pasar karya kreatif di dalam dan luar negeri sangat besar dan memiliki kecenderungan terus berkembang. Hal ini semakin memperkuat alasan pentingnya perlindungan HKI atas produk ekonomi kreatif dengan tujuan agar pencetus ide kreatif dan inovasi tersebut mendapatkan manfaat ekonomi atas karya intelektualnya. Pada beberapa HKI seperti Merek, Paten, Desain Industri, Indikasi Geografis, permohonan pendaftaran merupakan syarat mutlak perlindungan HKI.

¹⁹ Asti Wulan Adininggar, 'Perlindungan Produk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Terkait Hak Kekayaan Intelektual Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean', *Diponegoro Law Journal*, 5.3 (2016) <<http://www.ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dlr/>>.

²⁰ Sudaryanto, Ragimun, and Rahma Rina Wijayanti, 'Strategi Pemberdayaan UMKM Menghadapi Pasar Bebas Asean', *Www.Kemenkeu.Go.Id* <https://www.kemenkeu.go.id/sites/default/files/strategi_pemberdayaan_umkm.pdf> [accessed 15 October 2021].

Kendala Yang Dihadapi oleh Pondok Pesantren dalam Inovasi Produk Dikaitkan dengan Hak Kekayaan Intelektual

Sebagian besar pelaku usaha (dalam hal ini lebih difokuskan kepada usaha yang dijalankan oleh Pondok Pesantren) masih belum muncul kesadaran pentingnya memiliki pengakuan aset secara intelektual terhadap produk yang mereka miliki. Padahal, pengakuan aset akan memberikan kekuatan hukum terhadap suatu produk. Rendahnya kesadaran dan pemahaman dari pelaku usaha menjadikan pendaftaran akan merek dagang, hak cipta dan lain-lain ke DJKI tidak menjadi prioritas bagi pelaku usaha. Sebagian besar pelaku usaha kecil tidak melihat pentingnya potensi ekonomi dan mitigasi resiko atas permasalahan hukum yang bisa timbul di kemudian hari.

Biaya dan ketidaktahuan akan tahapan pendaftaran merek menjadi alasan pelaku usaha segan mendaftar. Saat ini, pemerintah mematok biaya sejumlah Rp 500.000,00 untuk pelaku usaha kecil dengan mencantumkan syarat keterangan pelaku usaha UMKM. Biaya ini jauh lebih rendah dari pendaftaran merek untuk umum. Terdapat beberapa tahapan yang harus dilalui oleh pelaku usaha seperti melakukan pengecekan kesamaan label yang didaftarkan di DJKI.

Produk yang dimiliki oleh pelaku usaha UMKM memiliki keunikan dan nilai tersendiri, oleh karena itulah perlindungan hukum memiliki fungsi untuk memberikan perlindungan hukum terhadap usaha. Tidak seperti hak cipta, rezim perlindungan HKI lainnya seperti misalnya merek membutuhkan suatu mekanisme pendaftaran. Merek yang telah terdaftar, maka dianggap telah mendapat perlindungan agar tidak disalahgunakan oleh pihak lainnya secara tidak bertanggungjawab

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh tim peneliti, terdapat beberapa kendala dalam perlindungan HKI terhadap hasil usaha pondok pesantren, adapun beberapa kendala tersebut adalah:

1. Mayoritas menjawab bahwa perlindungan hukum terhadap pelaku usaha kecil adalah hal yang penting, namun mayoritas tidak memahami secara detail bagaimana kemudian hukum dapat memberikan perlindungan
2. Tahapan dalam pendaftaran merek, di mana pelaku usaha UMKM harus terlebih dahulu melakukan pengecekan label dianggap menyulitkan.
3. Pelaku usaha tidak mengetahui bagaimana tata cara pendaftaran HKI terutama merek.
4. Pelaku usaha belum mengetahui jika pada saat ini Dinas Koperasi dan UMKM Kota Malang telah memiliki program yang membantu UMKM untuk mendaftarkan merek usahanya.
5. Berdasarkan hasil wawancara dan kuesioner yang disebarkan, pelaku usaha menganggap bahwa pendaftaran hanya dapat dilakukan di Ibukota atau Ibukota provinsi. Pengurusan dianggap hanya dapat dilakukan secara langsung dan tidak bisa menggunakan mekanisme *online*.
6. Anggapan Pengurusan yang hanya dapat dilakukan di ibukota/ibukota provinsi akan membutuhkan biaya transportasi dan akomodasi yang tidak sedikit, sehingga membutuhkan usaha yang lebih.

7. Konsep bahwa rezeki sudah ada yang mengatur, sehingga persaingan antar pelaku usaha bukanlah masalah besar. Eksklusivitas akan produknya bukan menjadi hal utama, apabila pelaku usaha lain meniru.
8. Masing-masing produk memiliki keunikan, konsumenlah yang akan memilih produk mana yang sesuai dengan selera mereka.

Peningkatan Potensi Produk UMKM Pondok Pesantren Melalui Hak Kekayaan Intelektual

Kualitas baik yang dimiliki oleh produk unggulan UMKM di pondok pesantren seharusnya juga diiringi dengan kesadaran untuk melindungi produk tersebut dengan kekayaan intelektual. Perlindungan HKI terhadap produk hasil UMKM diperlukan untuk mencegah ide yang dimiliki kemudian dicuri dan dimanfaatkan oleh pihak lainnya. Beberapa bentuk perlindungan HKI yang dapat diberikan kepada produk UMKM pondok pesantren adalah:

1. Hak Cipta

Adanya hak cipta dapat memberikan hak pada penciptanya untuk mengontrol dan menggunakan kreasinya dengan sebagaimana mestinya. Yang dilindungi dari hak cipta merupakan suatu ide atau gagasan dari ciptaannya. Misalnya pada tekstil yang merupakan suatu produk unggulan UMKM Indonesia, di dalam tekstil terdapat hak cipta yang berupa ide atau gagasan dari seni lukisan yang ada di dalam tekstil tersebut apabila di dalam tekstil terdapat corak atau motif tertentu. Pencipta mendapatkan perlindungan atas hak ciptanya supaya terhindar dari penyelewengan ide atau gagasan. Hak Cipta merupakan hak eksklusif pencipta yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata tanpa mengurangi pembatasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, sesuai dengan Pasal 1 ayat (1) UU No. 28/2014. Hak Cipta yang dimaksud dalam Undang-Undang tersebut terdiri atas hak moral dan hak ekonomi. Di era globalisasi ini, kemajuan teknologi dan informasi mempermudah orang-orang dalam melakukan suatu hal dan lebih mudah dalam mendapatkan informasi. Dengan adanya kemajuan teknologi dan informasi ini semakin banyak orang yang menggunakan akses baik dengan internet melalui komputer, tv maupun ponsel.²¹

2. Hak Merek

Merek adalah sesuatu (gambar atau nama) yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi suatu produk atau perusahaan di pasaran.²² Sedangkan menurut UU No. 20/2016, "Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa."²³ Maka merek dapat diartikan sebagai tanda pembeda yang digunakan suatu badan usaha sebagai penanda identitasnya dan produk barang dan jasa yang dihasilkannya kepada konsumen, sekaligus untuk membedakannya dari barang dan jasa yang dihasilkan dari badan usaha lain. Merek merupakan kekayaan industri dan tentu termasuk kekayaan intelektual. Merek berfungsi sebagai pembeda dari produk yang

²¹ Ayup Suran Ningsih and Balqis Hedyati Maharani, 'Penegakan Hukum Hak Cipta Terhadap Pembajakan Film Secara Daring', *Jurnal Meta Yuridis*, 2019, 13-32 <<https://doi.org/10.26877/m-y.v2i1.3440>>. h.93.

²² Tim Lindsey, *Hak Kekayaan Intelektual: Suatu Pengantar* (Bandung: Alumni, 2015). h.131.

²³ Pasal 1 angka 1 UU No. 20/2016.

dibuat oleh seseorang atau badan hukum dengan produk yang dibuat seseorang atau badan hukum lain. Fungsi ini semakin meluas apabila penggunaan barang atau jasa dengan merek tertentu merupakan gengsi dan karenanya masyarakat rela membeli barang yang bermerek meski merek tersebut lebih mahal. Khusus untuk merek terkenal didefinisikan sebagai merek yang memiliki reputasi tinggi. Merek yang demikian itu memiliki kekuatan pancaran yang memukau dan menarik, sehingga jenis barang apa saja yang berada di bawah merek itu langsung menimbulkan sentuhan keakraban (*familiar attachment*) dan ikatan mitos (*mythical context*) kepada segala lapisan konsumen.²⁴ Identitas atau merek dagang dari suatu produk yang dihasilkan memiliki peran yang penting untuk mendukung kelancaran dan meningkatkan perdagangan barang dan jasa. Fungsi tersebut muncul karena merek memiliki fungsi sebagai daya pembeda dari barang lain sejenis yang dihasilkan.²⁵

3. Rahasia Dagang

Pada konsep perlindungan rahasia dagang terkandung permasalahan mengenai kekayaan intelektual terutama mengenai perlindungan hukumnya, cakupan utama perlindungan rahasia dagang adalah bahwa sesuatu yang telah menjadi milik seseorang tidak dapat digunakan oleh orang lain.²⁶ Dapat dikatakan menjadi rahasia dagang apabila memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

a. Bersifat Rahasia

Dalam pengertian bahwa rahasia dagang bukanlah rahasia umum dalam masyarakat melainkan sebuah rahasia yang hanya beberapa orang saja yang mengetahuinya. Maka dengan begitu, pemilik rahasia dagang harus dapat memberikan sebuah pembuktian bahwa rahasia dagang itu merupakan sebuah rahasia yang hanya diketahui oleh perusahaannya bukan bersifat umum.

b. Memiliki Nilai Ekonomi

Maksudnya bahwa informasi yang bersifat rahasia ini memiliki nilai ekonomi apabila diterapkan dalam kegiatan usaha yang bersifat komersial atau dapat memberikan keuntungan secara ekonomi.

c. Informasi Dianggap Dijaga Kerahasiaannya

Pemilik rahasia dagang harus menjaga informasi yang bersifat rahasia dari pihak-pihak lain yang dapat memberikan kerugian pada pemilik rahasia dagang.

Pentingnya perlindungan HKI terhadap produk hasil kreasi atau olahan UMKM terutama di pondok pesantren adalah hal yang sangat penting untuk dilaksanakan saat ini. Hal ini dilandasi bahwa produk hasil usaha pondok pesantren tersebut memiliki potensi yang sangat besar baik di bidang industri kreatif maupun kekayaan alam. Beberapa produk tersebut bahkan dikelola dengan sangat serius oleh pondok pesantren. Dukungan HKI akan

²⁴ Adrian Sutedi, *Hak Atas Kekayaan Intelektual* (Jakarta: Sinar Grafika, 2010). h.87.

²⁵ Andrew Betlehn and Prisca Oktaviani Samosir, 'UPAYA PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP MEREK INDUSTRI UMKM DI INDONESIA', *Law and Justice*, 3.1 (2018), 1-11 <<https://doi.org/10.23917/laj.v3i1.6080>>.

²⁶ Ahmad M Ramli and others, 'Pelindungan Rahasia Dagang Dalam Industri Jasa Telekomunikasi', *Jurnal Ilmiah Kebijakan Hukum*, 15.2 (2021), 215 <<https://doi.org/10.30641/kebijakan.2021.V15.215-230>>.

memberikan perlindungan secara optimal terhadap produk-produk tersebut untuk menghindarkan dari potensi kecurangan pihak lain sehingga dapat berkembang lebih pesat.

Pemerintah telah mengundang peraturan-peraturan terkait HKI, akan tetapi di Indonesia pada tataran empiris juga hal tersebut belum menjadi perhatian yang serius. Pelaku usaha juga belum memiliki kesadaran yang tinggi terhadap pentingnya HKI. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan secara *online* terhadap pengasuh pondok pesantren An Nur dan PPTQ Oemah Quran Abu Hanifah, mereka tidak terlalu menganggap pendaftaran HKI seperti merek adalah sesuatu yang penting. Anggapannya adalah usaha yang mereka jalankan adalah usaha skala kecil. Selain itu, pandangan lainnya adalah pendaftaran HKI akan berbelit dan memakan biaya besar sehingga untuk saat ini HKI masih belum menjadi prioritas utama seperti halnya pemasaran produk. Tidak mengherankan, angka pengajuan permohonan HKI di Indonesia terbilang rendah dan berbanding terbalik dengan angka pelanggaran HKI di Indonesia yang semakin tinggi. Kurangnya pemahaman para pelaku usaha ini mengenai pentingnya HKI terhadap kegiatan bisnis pada umumnya didasari bahwa apakah pendaftaran HKI akan memberi keuntungan secara instan terhadap hasil usahanya. Sebagian besar pelaku usaha UMKM termasuk di pondok pesantren memiliki pemahaman hanya pemasaran yang kemudian bisa mendorong peningkatan nilai produk, sedangkan HKI tidak terlalu membawa dampak yang relevan.

Melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UU No. 20/2008) yang memiliki tujuan untuk memberikan proteksi dan mengoptimalkan pertumbuhan usaha mikro, kecil dan menengah.²⁷ Pemerintah menyusun berbagai formula untuk memberikan proteksi terhadap UMKM, termasuk juga UMKM Pondok pesantren. Seperti contohnya dalam Pasal 7 UU No. 20/2008 yang mengatur bahwa Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah mengeluarkan kebijakan yang memberikan dukungan mengenai:

- a. pendanaan;
- b. sarana dan prasarana;
- c. informasi usaha;
- d. kemitraan;
- e. perizinan usaha;
- f. kesempatan berusaha;
- g. promosi dagang; dan
- h. dukungan kelembagaan.

Selain itu UU No. 20/2008 memberi amanat kepada Pemerintah dan Pemerintah Daerah untuk melakukan pengaturan mengenai hal-hal di bawah ini:

- a. produksi dan pengolahan;
- b. pemasaran;
- c. sumber daya manusia; dan
- d. desain dan teknologi.

Pemerintah dan Pemerintah Daerah juga diamanatkan untuk memfasilitasi pemilikan hak atas kekayaan intelektual atas produk dan desain UMKM pada kegiatan usaha dalam negeri dan ekspor serta mendorong UMKM untuk memperoleh sertifikat hak atas kekayaan intelektual. Pada kegiatan pondok pesantren tersebut misaanya, Pemerintah Daerah Provinsi

²⁷ Lihat Penjelasan Umum UU No. 20/2008.

Jawa Timur memiliki Program OPOP yakni *one pesantren one product*, melalui program tersebut, pemerintah daerah berkomitmen untuk membantu pesantren untuk mengembangkan kemandirian wirausahanya. Pondok pesantren terpilih akan diberikan bantuan pendampingan untuk bisa menembus pasar yang lebih luas lagi.

Kesimpulan

Potensi produk UMKM yang dimiliki oleh pondok pesantren di Kota Malang saat ini cukup beragam, mulai dari toko swalayan yang tidak hanya terbatas bagi kalangan internal pesantren namun juga bagi masyarakat sekitar, usaha kuliner, usaha *laundry*, apotek, toko ATK, budidaya hewan dan tanaman, pendirian koperasi hingga KBIH. Selain dari tujuan bermuamalah kegiatan tersebut juga membuka kesempatan bagi terbukanya lapangan pekerjaan untuk banyak orang sekaligus memberikan edukasi wirausaha bagi para santri. Mengingat manfaatnya yang begitu besar maka potensi ini perlu terus didukung dan dikembangkan dari berbagai aspek, salah satunya dalam hal penjaminan perlindungan hukum atas produk UMKM Pondok pesantren melalui pendampingan HKI. Kendala yang dihadapi UMKM pondok pesantren dalam inovasi produk dalam kaitannya dengan HKI di antaranya: kurangnya pemahaman secara mendetail tentang perlindungan hukum bagi pelaku UMKM; tahapan pendaftaran merek yang dianggap menyulitkan; pelaku usaha tidak mengetahui tata cara pendaftaran HKI, khususnya merek; pelaku usaha belum mengetahui jika Dinas Koperasi dan UMKM Kota Malang saat ini telah memiliki program yang membantu UMKM untuk mendaftarkan merek usahanya; pelaku usaha menganggap bahwa pendaftaran hanya dapat dilakukan di Ibukota atau Ibukota provinsi. Pengurusan dianggap hanya dapat dilakukan secara langsung dan tidak bisa menggunakan mekanisme *online* sehingga akan membutuhkan biaya yang cukup banyak; dan eksklusivitas produk bukan menjadi hal utama, persaingan usaha tidak terlalu ketat. Perlindungan HKI terhadap produk hasil UMKM diperlukan untuk mencegah ide yang dimiliki kemudian dicuri dan dimanfaatkan oleh pihak lainnya. Beberapa bentuk perlindungan HKI yang dapat diberikan kepada produk UMKM pondok pesantren adalah melalui pengurusan hak cipta, hak merek, dan memiliki rahasia dagang.

Daftar Pustaka

- Adininggar, Asti Wulan, 'Perlindungan Produk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Terkait Hak Kekayaan Intelektual Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean', *Diponegoro Law Journal*, 5.3 (2016) <<http://www.ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dlr/>>
- Arsid, H., Dedek Kumara, Ma'fiah, Nurillah Hanum, and Ahmad Dimyati, 'MEMBANGKITKAN UKM DALAM DUNIA PESANTREN: UPAYA MENINGKATKAN EKONOMI UMMAT DI PONDOK PESANTREN YATIM AL HANIF KEL. SERUA, KEC. CIPUTAT, KOTA TANGERANG SELATAN', *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2.1 (2021) <<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.32493/al-jpkm.v2i1.8795>>
- Betlehn, Andrew, and Prisca Oktaviani Samosir, 'UPAYA PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP MEREK INDUSTRI UMKM DI INDONESIA', *Law and Justice*, 3.1 (2018), 1-11 <<https://doi.org/10.23917/laj.v3i1.6080>>
- Fajar, Mukti, and Yulianto Achmad, *Dualisme Peneitian Hukum Normatif Dan Empiris*

(Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009)

- Fathoni, Muhammad Anwar, and Ade Nur Rohim, 'PERAN PESANTREN DALAM PEMBERDAYAAN EKONOMI UMAT DI INDONESIA', *Conference on Islamic Management, Accounting and Economic*, 2 (2019) <<https://journal.uui.ac.id/CIMAE/article/view/12766>>
- Inayah, 'Kesadaran Hukum Umkm Terhadap Ketentuan Di Bidang Kekayaan Intelektual', *Law and Justice*, 4.2 (2019), 120–36 <<https://doi.org/10.23917/laj.v4i2.8942>>
- Kader, Mukhtar Abdul, 'PERAN UKM DAN KOPERASI DALAM MEWUJUDKAN EKONOMI KERAKYATAN DI INDONESIA', *JURISMA : Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 8.1 (2018) <<https://doi.org/10.34010/jurisma.v8i1.995>>
- Lindsey, Tim, *Hak Kekayaan Intelektual: Suatu Pengantar* (Bandung: Alumni, 2015)
- Nasution, Latipah, 'Efektifitas HKI Sebagai Pelindung Industri Kreatif Dan UMKM Di Tengah Pandemi Covid-19', *Adalah*, 4.1 (2020) <<https://doi.org/10.15408/adalah.v4i1.16466>>
- NS, Suwito, 'Model Pengembangan Ekonomi Pondok Pesantren', 2008 <https://www.researchgate.net/publication/330014440_Model_Pengembangan_Ekonomi_Pondok_Pesantren/fulltext/5c2a141da6fdccfc70736eac/Model-Pengembangan-Ekonomi-Pondok-Pesantren.pdf>
- Pebrianto, Fajar, 'Di Depan Pimpinan Pesantren, Airlangga Beberkan Posisi Ekonomi Syariah RI', *Bisnis.Tempo.Co*, 2021 <<https://bisnis.tempo.co/read/1472002/di-depan-pimpinan-pesantren-airlangga-beberkan-posisi-ekonomi-syariah-ri>> [accessed 20 November 2021]
- Ramli, Ahmad M, Sinta Dewi, Laina Rafianti, Tasya Safiranita Ramli, Sherly Ayuna Putri, and Maudy Andreana Lestari, 'Pelindungan Rahasia Dagang Dalam Industri Jasa Telekomunikasi', *Jurnal Ilmiah Kebijakan Hukum*, 15.2 (2021), 215 <<https://doi.org/10.30641/kebijakan.2021.V15.215-230>>
- Salam, Syukron, Rindia Fanny Kusumaningtyas, Sudijono Sastroatmodjo, and Rini Fidiyani, 'Penerapan Kekayaan Intelektual Bidang Merek Dan Rahasia Dagang Bagi Para Pelaku UMKM Di Desa Lerep Kabupaten Semarang Dalam Meningkatkan Perekonomian Daerah', *Jurnal Pengabdian Hukum Indonesia (Indonesian Journal of Legal Community Engagement)*, 2021 <<https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/JPHI/article/view/42124/19073>>
- Saleh, Muhammad, I Nyoman Budiono, and Nidaul Islam, 'Manajemen Kewirausahaan Koperasi Pondok Pesantren Al-Urwatul Wutsqaa', *BALANCA : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1.1 (2019), 56–70 <<https://doi.org/10.35905/balanca.v1i1.1039>>
- Sudaryanto, Ragimun, and Rahma Rina Wijayanti, 'Strategi Pemberdayaan UMKM Menghadapi Pasar Bebas Asean', *Www.Kemenkeu.Go.Id* <https://www.kemenkeu.go.id/sites/default/files/strategi_pemberdayaan_umkm.pdf> [accessed 15 October 2021]
- Sugandi, Asep, Hasan Basri Tanjung, and Radif Khotamir Rusli, 'PERAN PONDOK PESANTREN (PONPES) MODERN DALAM PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT', *TADBIR MUWAHHID*, 1.2 (2017), 99 <<https://doi.org/10.30997/jtm.v1i2.950>>
- Sulasno, Sulasno, 'Penerapan Kekayaan Intelektual (KI) Terhadap Umkm Sebagai Upaya Mewujudkan Persaingan Bisnis Berkeadilan', *Ajudikasi : Jurnal Ilmu Hukum*, 2.2 (2018), 173 <<https://doi.org/10.30656/ajudikasi.v2i2.958>>

Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune

Volume 5 Nomor 1

Februari 2022

Zora Febriena Dwithia Hidayat Putri

Ranitya Ganindha

Suran Ningsih, Ayup, and Balqis Hedyati Maharani, 'Penegakan Hukum Hak Cipta Terhadap Pembajakan Film Secara Daring', *Jurnal Meta Yuridis*, 2019, 13-32 <<https://doi.org/10.26877/m-y.v2i1.3440>>

Sutedi, Adrian, *Hak Atas Kekayaan Intelektual* (Jakarta: Sinar Grafika, 2010)

Wulandari, Ratih Agustin, and Raimon Efendi, 'The Function of Trademark and Legal Protection for MSME's in the Covid-19 Era', *International Journal of Management and Business (IJMB)*, 1.1 (2020) <<https://doi.org/https://doi.org/10.46643/ijmb.v1i1.8>>