

**PERLINDUNGAN HUKUM INDUSTRI KECIL MENENGAH
BATIK MASARAN SRAGEN**

Djoko Kristianto ¹⁾
Dora Kusumastuti ²⁾

Universitas Slamet Riyadi Surakarta
Dora.kusumastuti@yahoo.co.id

ABSTRACT

Batik Masaran Sragen regency is a batik industrial center that has great potential and has distinctive characteristics and is rich in both contemporary and modern motifs. However, from the potential of batik still has constraints and obstacles that are still found the low understanding of the importance of IPR protection both on copyright and brand rights, another constraint is the limited marketing is still using conventional models that do not have online media to reach the audience which is wider. The purpose of this community service activity is to conduct counseling and training on copyright and brand rights, as well as website creation training. The method used is through training, mentoring to partners and monitoring although community service activities have been completed to maintain the sustainability of the program. The impact of community service activities is that there has been a change of mindset about the importance of copyright and brand protection, as well as changes in marketing patterns from direct sales to sales through social media.

Key Words : Copyrights Batik, Right Brand Batik, Marketing Batik

Pendahuluan

Batik Indonesia, sebagai keseluruhan teknik, teknologi, serta pengembangan motif dan budaya yang terkait, oleh UNESCO telah ditetapkan sebagai Warisan Kemanusiaan untuk Budaya Lisan dan Nonbendawi (*Masterpieces of the Oral and Intangible Heritage of Humanity*)¹.

Secara etimologi, kata batik berasal dari bahasa Jawa, "ambhatik" dari kata "amba" berarti lebar, luas, kain; dan "titik" berarti titik atau "matik" (kata kerja dalam bahasa Jawa berarti membuat titik) dan kemudian berkembang menjadi istilah batik, yang berarti menghubungkan titik-titik menjadi gambar tertentu pada kain yang luas atau lebar. Batik juga mempunyai pengertian segala sesuatu yang berhubungan dengan membuat titik-titik tertentu pada kain mori. Dalam bahasa Jawa, batik ditulis dengan "bathik", mengacu pada huruf Jawa "tha" yang menunjukkan bahwa batik adalah rangkaian dari titik-titik yang membentuk gambaran tertentu.

Batik sangat identik dengan suatu tehnik (proses) dari mulai penggambaran motif hingga pelodoran. Salah satu ciri khas batik adalah cara penggambaran motif pada kain yang menggunakan proses pemalaman, yaitu menggoreskan malam (lilin) yang ditempatkan pada wadah yang bernama canting dan cap.

Sebuah warisan kesenian budaya orang Indonesia, khususnya daerah Jawa yang dikuasai orang Jawa dari turun temurun. Batik Jawa mempunyai motif-motif yang berbeda-beda. Perbedaan motif ini biasa terjadi dikarenakan motif-motif itu mempunyai makna, maksudnya bukan hanya sebuah gambar akan tetapi mengandung makna yang mereka dapat dari leluhur mereka, yaitu penganut agama animisme, dinamisme atau Hindu dan Buddha. Batik Jawa banyak berkembang di daerah Solo atau yang biasa disebut dengan batik Solo, Yogyakarta atau biasa disebut Batik Jogja dan Kota Pekalongan atau yang biasa disebut Batik Pekalongan².

Selain batik Solo, sebenarnya daerah-daerah di sekitar Solo raya juga merupakan penghasil batik baik tulis maupun cap. Desa Kliwonan Sragen merupakan salah satu daerah penghasil batik yang berkualitas. Kampung Batik Kliwonan terdiri dari tiga kampung yaitu Kliwonan, Pilang dan

¹Doellah, H.Santosa. (2003). *Batik : The Impact of Time and Environment*, Solo : Danar Hadi. [ISBN979-97173-1-0](https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.03.001)

²Raffles, Sir Thomas Stamford. (1817) *History of Java*, Black, Parbury & Allen, London.

Butuh, Kecamatan Masaran, Kabupaten Sragen, Jawa Tengah, terletak di selatan Sungai Bengawan Solo.

Di Sentra Batik Masaran ada sekitar 85 Usaha Kecil Menengah yang telah menyerap 5000 tenaga pembuat batik. Secara keseluruhan ada sekitar 15.000 pembuat batik tersebar di semua wilayah Kabupaten Sragen. Setahun mereka mampu menghasilkan batik jenis katun sebanyak 50.000 potong dan batik jenis sutera dari alat tenun dan bukan mesin (ATBM), jumlahnya sebanyak 365.000 potong. Batik yang dihasilkan dari sentra industri tersebut kemudian disetorkan ke pengusaha batik solo dan diberi label pengepul ataupun dijual langsung ke pemilik kios di Pasar Klewer Solo maupun toko batik di daerah Solo dan Jogjakarta. Inilah sebabnya mengapa batik Masaran atau batik Sragen kurang terkenal.

Ragam corak batik dalam perkembangannya banyak mengalami perkembangan. Selain motif-motif yang merupakan motif-motif pakem banyak sekali motif-motif baru yang merupakan hasil karya intelektual para pengrajin batik Masaran. Batik Masaran lebih kaya dengan ornamen flora dan fauna. Ada kalanya dikombinasi dengan motif baku. Jadilah, motif tumbuhan atau hewan yang disusupi motif baku seperti parang, sidoluhur, dan lain sebagainya. Belakangan ini beberapa perajin mulai mencoba menelurkan motif baru yang isinya merekam aktivitas keseharian masyarakat.

Setiap hasil karya intelektual manusia tersebut perlu untuk mendapatkan perlindungan hukum yang sekaligus sebagai upaya penghargaan atas karya intelektual manusia. Salah satu bentuk perlindungan yang diberikan terhadap hasil karya intelektual manusia yang memiliki nilai ekonomis yang tinggi tersebut adalah berbentuk Hak Kekayaan Intelektual atau lebih dikenal dengan istilah HaKI.

Mitra yang akan dipilih dari kegiatan ini dikhususkan pada industri kecil menengah yang diharapkan akan dapat memanfaatkan hasil teknologi yang akan ditawarkan pada kegiatan Program PKM ini. Pemilihan mitra didasarkan pada masukan dari mitra tersebut mengenai kebutuhan akan produk hasil yang akan ditawarkan dalam pengembangan usahanya serta komitmen mitra untuk bekerja sama dan memberikan kontribusi dalam pelaksanaan kegiatan program yang akan dilaksanakan.

Di sisi lain, kondisi di lapangan cukup banyak dijumpai UKM-UKM masih memerlukan dukungan ilmu pengetahuan dan teknologi untuk meningkatkan kualitas maupun kuantitas produksinya, diantaranya disebabkan kurangnya penguasaan teknologi, informasi dan terbatasnya modal atau pendanaan. Salah satu UKM potensial yang akan menjadi mitra dalam kegiatan LPPM UNISRI Surakarta adalah UKM Batik tulis Kecamatan Masaran Kabupaten Sragen.

Rumusan Masalah

Permasalahan yang dihadapi oleh mitra adalah UKM mitra sangat memerlukan pembinaan tentang perlindungan HaKI bagi semua motif-motif batiknya, sehingga diharapkan semua motif UKM Mitra terlindungi secara moral maupun ekonomi. Belum berkembangnya tehnik perwarnaan serta motif batik sebagaimana UKM batik di Surakarta memerlukan pelatihan untuk meningkatkan daya saing UKM tersebut. Permasalahan selanjutnya bagaimana strategi pemasaran yang tepat bagi UKM Mitra serta bagaimana mendapatkan kepercayaan masyarakat terkait dengan merk yang akan dijual kepada masyarakat. Sehingga diharapkan UKM mitra mampu menjual batik dengan menggunakan merk dagang UKM mitra sehingga dapat meningkatkan penghasilan UKM tersebut.

Permasalahan kedua adalah meningkatkan strategi pemasaran melalui penjualan dengan cara *on line* terhadap produk jadi dari mitra yang telah memiliki perlindungan HaKI.

Metode

1. Metode Pelaksanaan Kegiatan Masyarakat

Program Kemitraan Masyarakat (PKM) terhadap UKM batik Desa Kliwonan, Kecamatan Masaran Kabupaten Sragen adalah berupaya untuk memberikan perlindungan HaKI terhadap hasil karya cipta UKM baik dari hak cipta maupun hak merk untuk memberikan perlindungan hukum yang kuat serta meningkatkan strategi pemasaran dari hasil UKM mitra. Berdasarkan rincian operasional program tersebut diharapkan:

1. Akan tampak volume pekerjaan/ kegiatan produksi.

2. Ada evaluasi kegiatan
3. Ada evaluasi kinerja mitra
4. Keberlanjutan dari program kemitraan masyarakat akan tetap ada keberlanjutan dengan pihak manapun.

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah melalui penyuluhan dan pendampingan terhadap UKM Mitra. Penyuluhan berupa kegiatan sosialisasi dan pendampingan berupa kegiatan pelatihan sampai pada action dari UKM mitra sampai berhasil meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi batik.

2. Teknik Pengumpulan dan Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah melalui pengamatan, FGD, observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik observasi dilakukan untuk memperoleh data yang utuh mengenai kendala produksi dan pemasaran batik.

3. Lokasi, Waktu dan Durasi Kegiatan

Lokasi pengabdian masyarakat berada Kecamatan Masaran Kabupaten Sragen. Waktu kegiatan pengabdian pada masyarakat adalah 8 bulan, dengan durasi sesuai waktu yang ditentukan.

Pembahasan

Undang-Undang Hak Cipta Nomor 28 Tahun 2014 telah merinci 19

kelompok ciptaan sesuai dengan jenis dan sifat ciptaan. Ciptaan – ciptaan yang dikelompokkan merupakan ciptaan yang tergolong tradisional dan yang tergolong baru. Ciptaan yang lahir harus mempunyai bentuk yang khas dan menunjukkan keaslian sebagai ciptaan seseorang atas dasar kemampuan dan kreativitasnya yang bersifat pribadi pencipta.

Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang No 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, adalah 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. Mengacu pada pengertian hak cipta berdasarkan Pasal 1 ayat (1) UUHC, maka terdapat unsur penting sebagai hak-hak yang dimiliki si pencipta, yaitu: a. hak ekonomi, b. hak moral³.

Perlindungan terhadap suatu ciptaan timbul secara otomatis sejak ciptaan itu diwujudkan dalam bentuk nyata. Pendaftaran ciptaan tidak merupakan suatu kewajiban untuk mendapat hak cipta. Meskipun demikian, pencipta maupun pemegang hak cipta yang mendaftarkan ciptaannya akan mendapat surat pendaftaran ciptaan yang dapat dijadikan sebagai alat bukti awal di pengadilan apabila timbul sengketa dikemudian hari terhadap ciptaan tersebut.

Pendaftaran hak cipta akan memberikan manfaat bagi si pendaftar⁴. Manfaatnya adalah pendaftar tersebut dianggap sebagai pencipta, sampai ada pihak lain yang dapat membuktikan sebaliknya di pengadilan. Pendaftar menikmati perlindungan hukum sampai adanya putusan hakim yang berkekuatan hukum tetap yang menyatakan bahwa pihak lain (bukan pendaftar) yang menjadi pencipta. Jangka waktu perlindungan hak cipta diatur dalam pasal 57 sampai dengan pasal 61 Undang-Undang no 28 Tahun 2014.

Dalam hal ini, karya seni batik atau seni motif lain diatur dalam Pasal 40 ayat (1) huruf j Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Hak cipta merupakan semua hasil ciptaan manusia dalam bidang seni, sastra dan ilmu pengetahuan, maka hak milik tersebut sudah sewajarnya apabila negara menjamin sepenuhnya perlindungan segala macam ciptaan yang merupakan karya intelektual manusia sebagai produk olah pikir⁵.

³Tomi Suryo Utomo, 2010, Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di Era Global, Yogyakarta: Graha Ilmu, hal. 89.

⁴Syarifuddin, 2013, PERJANJIAN LISENSI DAN PENDAFTARAN HAK CIPTA, Bandung: P.T. ALUMNI, hal. 164.

⁵Rindia Fanny Kusumaningtyas, “Perlindungan Hak Cipta Atas Motif Batik Sebagai Warisan Budaya Bangsa” dalam Jurnal Online (Januari, 2014), hal.95, <http://www.e-jurnal.com/2014/01/perlindungan-hak-cipta-atas-motif-batik.html>

Kegiatan Pertama sosialisasi dan pelatihan tentang “Urgensi Hak Atas Kekayaan Intelektual”.

Seni batik pada hakikatnya menjadi suatu penyalur kreasi rasa yang mengandung makna tersendiri yang dikaitkan dengan hal tradisi sampai dengan kehidupan sehari-hari. Besarnya makna yang tersirat melalui sehelai kain tersebut, batik mempunyai aspek yang menarik untuk diungkap dan dikembangkan sehingga batik akan mengalami serangkaian siklus yang terus berubah pada zamannya.⁶

Prinsip-prinsip Dasar Hak Cipta meliputi: a) yang dilindungi hak cipta adalah ide yang telah berwujud dan asli; (b) Hak cipta timbul dengan sendirinya (otomatis); (c) Suatu ciptaan tidak perlu diumumkan untuk memperoleh hak Cipta; (d) Hak cipta suatu ciptaan merupakan suatu hak yang diakui hukum (*legal right*) yang harus dipisahkan dan harus dibedakan dari penguasaan fisik suatu ciptaan; (e) Hak cipta bukan hak mutlak (absolut).

Pentingnya perlindungan hak cipta terhadap motif batik yang dihasilkan oleh UKM Mitra adalah untuk melindungi motif tersebut dari pengakuan oleh pihak lain, atau secara garis besar adalah melindungi hak moral Batik Mitra atas hasil invensi dari karya ciptanya yang berhasil menemukan suatu motif batik yang memiliki nilai yang sangat tinggi.

Hak Cipta dapat diperoleh dengan cara mendaftarkannya, adapun langkah-langkah langkah pendaftaran memperoleh hak cipta adalah:

1. Mengisi formulir pendaftaran yang dapat didownload di <http://www.dgip.go.id/hak-cipta/formulir-permohonan> yaitu mengisikan identitas pemohon.
2. melampirkan contoh ciptaan dalam hal ini adalah contoh motif batik yang akan didaftarkan untuk memperoleh hak cipta dan uraian atas ciptaan yang dimohonkan yaitu komposisi warna dan motif yang menjadi penciri dari batik tersebut.
3. melampirkan bukti kewarganegaraan pencipta atau pemegang hak cipta
4. melampirkan bukti badan hukum bila permohonan adalah badan hukum apabila bukan badan hukum bukti ini tidak perlu dilampirkan.
5. melampirkan surat kuasa bila melalui kuasa untuk memohon pendaftaran hak cipta
6. membayar biaya permohonan, daftar tarif permohonan hak cipta <http://www.dgip.go.id/hak-cipta/tarif-biaya-hak-cipta>, dalam hal ini besaran biaya menyesuaikan dengan keadaan pemohon yaitu apakah individu atau berbadan hukum.

Alternatif pengajuan permohonan hak cipta selain melalui proses online dapat langsung ke Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual atau melalui Kantor wilayah kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia R.I di seluruh Indonesia dan bisa melalui kuasa hukum Konsultasi HKI terdaftar. Proses pendaftaran hak cipta sangat penting karena tanpa adanya registrasi hak cipta, hasil karya cipta rawan terhadap penyalahgunaan hak cipta oleh pihak lain.

Selain perlindungan hak cipta diperlukan juga perlindungan HKI yang lain yaitu merk. Hak atas Merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh Negara kepada pemilik Merek yang terdaftar dalam Daftar Umum Merek untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri Merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk mempergunakannya.

Hak merek juga merupakan bagian dari hak intelektual, sama halnya dengan hak cipta dan paten serta hak kekayaan intelektual lainnya. Merek dapat diartikan sebagai sesuatu (gambar atau nama) yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi suatu produk atau perusahaan di pasaran. Pengusaha biasanya berusaha mencegah orang lain menggunakan merek mereka karena dengan menggunakan merek, para pedagang memperoleh reputasi baik dan kepercayaan dari para konsumen serta dapat membangun hubungan antara reputasi tersebut dengan merek yang telah digunakan perusahaan secara reguler⁷ (Lindsey, 2006:131).

Pembajakan memang marak dinegara berkembang, dengan porsi yang terbesar ada di Asia. Upaya penangkal dari pemerintah setempat telah dilakukan dengan memberlakukan peraturan yang melindungi HaKI dan kesungguhan memberikan sanksi kepada pelaku pelanggaran HaKI⁸.

⁶<http://eprints.ums.ac.id/56405/10/Naskah%20Publikasi-libraryums-nuzullia.pdf>

⁷Lindsey Tim.2004. Hak Kekayaan Intelektual, Bandung: Asian Law Group Ptd Ltd

⁸Dora Kusumastuti. 2011. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pelanggaran Merk di Indonesia. Widya Wacana Vol. 7 Nomor 3 ISSN : 1907-5928.

Adanya perlindungan hukum bagi pemilik merek yang sah dimaksudkan untuk memberikan hak yang sifatnya eksklusif (khusus) bagi pemilik merek (*exclusive right*) agar pihak lain tidak dapat menggunakan tandayang sama atau mirip dengan yang dimilikinya baik untuk barang atau jasa yang sama atau hampir sama. "Hak khusus tersebut cenderung bersifat monopoli, artinya hanya pemilik merek yang dapat menggunakannya". Pemegang hak dapat menggunakan mereknya dengan catatan tanpa melanggar aturan-aturan yang ada dalam penggunaan merek, sekaligus melarang pihak lain untuk menggunakan mereknya atau memberi izin.

Berdasarkan pada realitas tersebut sehingga diperlukan suatu penyuluhan dan sosialisasi terhadap pentingnya perlindungan terhadap hak cipta dan juga hak merk terhadap pelaku industri batik Masaran Sragen.

Kegiatan Kedua sosialisasi dan pelatihan tentang Strategi Pemasaran Melalui Media *On line*.

Teknologi sangat memudahkan dalam bertransaksi di era modern ini. Jika dulu masyarakat masih menggunakan cara cash on deliver, saat ini proses menjual dan membeli telah semakin mudah, hanya bermodalkan gadget yang mampu terhubung dengan jaringan internet sudah bisa mencari dan memesan barang yang di inginkan dengan adanya *online shop*. *Online shop* menjadi kegemaran baru sebagian masyarakat Indonesia, karena banyaknya keragaman jenis barang yang ditawarkan.

Perkembangan teknologi informasi sangat berkembang pesat. Berbagai kegiatan bisnis kecil sampai besar memanfaatkan perkembangan ini untuk menjalankan usahanya. Banyaknya competitor menjadi pertimbangan bagi para pengusaha untuk masuk dalam persaingan yang sangat ketat. Strategi pemasaran dan media yang tepat digunakan untuk bisa meraih pasar yang dituju sehingga volume penjualan selalu meningkat dan profit. Digital Marketing adalah salah satu media pemasaran yang saat ini sedang banyak diminati oleh masyarakat untuk mendukung berbagai kegiatan yang dilakukan.

Model pemasaran konvensional/tradisional beralih ke pemasaran moderen yaitu *digital marketing*⁹. Dengan digital marketing komunikasi dan transaksi dapat dilakukan setiap waktu/real time dan bisa mengglobal atau mendunia. Dengan jumlah pengguna social media berbasis chat ini yang banyak dan semakin hari semakin bertambah membuka peluang bagi UKM untuk mengembangkan pasarnya dalam genggam *smartphone*.

Sistem pengaksesan informasi dalam Internet yang paling terkenal adalah *World Wide Web* (www) atau biasa dikenal dengan istilah *Web*. Pertama kali diciptakan tahun 1991 di CERN, Laboratorium Fisika Partikel Eropa, Jenewa, Swiss. Tujuan awalnya adalah untuk menciptakan media yang mudah untuk berbagi informasi di antara para fisikawan dan ilmuwan (Kadir, 2008:375)¹⁰.

Laudon and Laudon, (2007:133) menjelaskan bahwa *web* adalah perpustakaan online mengenal informasi pelanggan selain menjadi pasar di mana barang dan jasa dibeli. *Web* memiliki pengaruh luar biasa pada pembelian off line, lebih dari 80% pembeli mobil baru meneliti mobil impian mereka secara online dahulu¹¹.

Proses pemasaran yang saat ini dilakukan oleh UKM mitra yang masih bersifat konvensional perlu ditingkatkan dengan pembuatan Website. Adapun dengan adanya website akan memberikan kemudahan terhadap UKM mitra untuk dapat bertemu langsung dengan konsumen yang jangkauannya tidak hanya di wilayah surakarta akan tetapi menjadi tidak terbatas terhadap semua yang mengakses media on line tersebut.

Pembuatan website promosi yang terpercaya dilakukan melalui tahapan:

- a. Telah dibuat website promosi menggunakan domain ".co.id" atau com.
- b. Website tersebut merupakan salah satu bentuk respon untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dalam hal kepercayaan yang meliputi :

⁹ Theresia Pradiani. 2017. PENGARUH SISTEM PEMASARAN DIGITAL MARKETING TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN HASIL INDUSTRI RUMAHAN JIBEKA VOLUME 11 NOMOR 2 FEBRUARI 2017 : 46 -53

¹⁰ Kadir, Abdul. 2008. *Pengenalan Sistem Informasi*. Penerbit ANDI, Yogyakarta.

¹¹ Laudon, Kenneth C and Laudon, Jane P. 2007. *Sistem Informasi Manajemen*, Mengelola Perusahaan Digital. Edisi 10. Buku Kedua, Penerjemah Chriswan Sungkono dan Machmudin Eka P. Salemba Empat. Jakarta.

- 1)Memiliki Domain ".co.id" atau ".com".
- 2)Menggunakan nama Brand, bukan kata kunci., adapun nama brand adalah nama dari UKM yang sesuai dengan merk dagang yang telah dimiliki.
- 3)Mencatumkan alamat perusahaan ataupun toko, alamat perusahaan harus jelas untuk memudahkan komunikasi yang akan datang langsung maupun pengiriman produk.
- 4)Mencatumkan nomor telepon perusahaan atau toko.
- 5)Nomor telepon yang digunakan (masih) aktif.

Keuntungan menggunakan website adalah website merupakan teknologi informasi terbaik saat ini sebagai sarana pertukaran informasi kepada konsumen atau klien secara mudah, cepat, dan tanpa batas jarak maupun waktu. Artinya, konsumen maupun calon konsumen akan dengan sangat mudah untuk mendapatkan informasi bisnis maupun perusahaan secara lengkap dan akurat hanya dengan mencari melalui komputer yang terkoneksi dengan internet, atau bahkan hanya dengan *gadget* mereka kapanpun dan dimanapun.

Manfaat dari website adalah membangun brand dan reputasi yaitu Tersedianya informasi yang lengkap dan jelas serta mudah dijangkau akan membantu meningkatkan reputasi perusahaan dihadapan konsumen atau calon konsumen, sehingga reputasi perusahaan akan meningkat. Selain itu juga sebagai media promosi dalam waktu 24 jam, menjadi virtual asset bisnis, mendapat pelanggan baru, menjadi media untuk mengenalkan profile perusahaan, dan meningkatkan kredibilitas perusahaan.

Pemasaran bisnis melalui sebuah website dapat dibedakan menjadi beberapa macam berdasarkan tujuannya, antara lain:

1. *Brand awareness* – Strategi pemasaran secara online dapat menjadi salah satu cara untuk memperkenalkan perusahaan di mata masyarakat. Anda bisa menyediakan informasi mengenai perusahaan lengkap dengan segala kapasitas dan pencapaian terbaik. Sedikit demi sedikit, badan usaha Anda akan dikenal masyarakat dan mendapat reputasi baik jika menunjukkan kinerja mumpuni.
2. Berinteraksi dengan konsumen – Jika situs telah memiliki pengunjung tetap, maka besar kemungkinan Anda dapat membentuk basis konsumen aktif tersendiri. Jika mereka puas dengan servis dari Anda, maka konsumen ini akan dengan senang hati membagikannya pada teman maupun koleganya.
3. Sarana berbagi informasi – Anda dapat menggunakan laman yang telah dibuat untuk berbagi informasi mengenai barang atau jasa yang ditawarkan. Hal ini penting dilakukan agar pelanggan memiliki gambaran umum tentang produk yang dibutuhkan.

Simpulan

1. Tingkat ketercapaian dari pengabdian masyarakat ini adalah telah tumbuhnya kesadaran perlindungan hak cipta dan merk dagang UKM Mitra Batik Desa Masaran Sragen dan juga meningkatnya stragesi pemasaran melalui media website. Adapun kegiatan tersebut diperoleh melalui penyuluhan dan pelatihan pengurusan HKI juga pembuatan website.
2. Kegiatan pengabdian masyarakat ini merupakan bagian kecil dari upaya untuk dapat memajukan industri kecil. Diharapkan peran dari pemerintah secara bertahap melalui dinas perindustrian, dinas koperasi dan usaha kecil, serta dinas-dinas terkait untuk senantiasa melakukan pendampingan terhadap industri kecil agar tetap dapat eksis dan berkembang.

Daftar Pustaka

- Doellah, H.Santosa. (2003). *Batik : The Impact of Time and Environment*, Solo : Danar Hadi. [ISBN979-97173-1-0](#)
- Dora Kusumastuti. 2011. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pelanggaran Merk di Indonesia. Widya Wacana Vol. 7 Nomor 3 ISSN : 1907-5928.
- Raffles, Sir Thomas Stamford. (1817) *History of Java*, Black, Parbury & Allen, London.

- Rindia Fanny Kusumaningtyas, "Perlindungan Hak Cipta Atas Motif Batik Sebagai Warisan Budaya Bangsa" dalam Jurnal Online (Januari, 2014), hal.95, <http://www.ejurnal.com/2014/01/perlindungan-hak-cipta-atas-motif-batik.html>
- Tomi Suryo Utomo, 2010, Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di Era Global, Yogyakarta: Graha Ilmu, hal. 89
- Syarifuddin, 2013, PERJANJIAN LISENSI DAN PENDAFTARAN HAK CIPTA, Bandung: P.T. ALUMNI, hal. 164
- Lindsey Tim.2004. Hak Kekayaan Intelektual, Bandung: Asian Law Group Ptd Ltd
- Kadir, Abdul. 2008. *Pengenalan Sistem Informasi*. Penerbit ANDI, Yogyakarta.
- Laudon, Kenneth C and Laudon, Jane P. 2007. *Sistem Informasi Manajemen*, Mengelola Perusahaan Digital. Edisi 10. Buku Kedua, Penerjemah Chriswan Sungkono dan Machmudin Eka P. Salemba Empat. Jakarta.
- Theresia Pradiani. 2017. PENGARUH SISTEM PEMASARAN DIGITAL MARKETING TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN HASIL INDUSTRI RUMAHAN JIBEKA VOLUME 11 NOMOR 2 FEBRUARI 2017 : 46 -53
<http://eprints.ums.ac.id/56405/10/Naskah%20Publikasi-libraryums-nuzullia.pdf>