

# ***CUSTOMER RELATIONS MANAGEMENT “ANNUAL TRUNK SHOW” DALAM UPAYA MENGURANGI PEMBAJAKAN MEREK***

**(kasus pembajakan pada Produk Riamiranda)**

**Disa Prihantini Kusuma**

## **Abstrak**

Pembajakan merupakan sebuah penyalinan atau penyebaran secara tidak sah atas obyek ciptaan yang telah dilindungi oleh undang-undang. Undang-Undang Hak Cipta dibuat untuk melindungi kekayaan seni dan budaya, serta pengembangan kemampuan intelektual masyarakat Indonesia agar dapat menjadi persaingan usaha yang sehat yang diperlukan dalam melaksanakan pembangunan dan kemajuan bangsa. Adapun Undang-Undang Hak Cipta yang telah diterapkan di Indonesia ; Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1982, UU Nomor 7 Tahun 1987, UU Nomor 12 Tahun 1997, dan yang terakhir adalah UU Nomor 19 Tahun 2002. Penelitian ini ingin melihat bagaimana proses kegiatan *Annual Trunk Show* sebagai program *customer relations management* Riamiranda dalam mengurangi konsumsi barang bajakan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif dengan menggunakan teknik pengumpulan data berdasarkan observasi *non participant* dan wawancara mendalam. Hasil penelitian menunjukan bahwa *Annual Trunk Show* sebagai salah satu program *customer relations management* Riamiranda sudah efektif dan berjalan baik dalam upaya mengurangi pembajakan merek.

**Kata Kunci:** Pembajakan, Hak Cipta, *customer relations management*, Riamiranda.

**CUSTOMER RELATIONS MANAGEMENT "ANNUAL TRUNK SHOW" IN AN  
ATTEMPT TO REDUCE PIRACY OF BRAND  
(the case of piracy on the product Riamiranda)**

**Disa Prihantini Kusuma**

***Abstract***

*Piracy is an illegal copying or unauthorized dissemination of the object creation that has been protected by law. Copyright laws are made to protect the wealth of art and culture, as well as the development of Indonesia Society intellectual abilities in order to become a healthy business competition is needed in carrying out the development and progress of the nation. As for the Copyright law has been applied in Indonesia; Act No. 6 of 1982, LAW Number 7 in 1987, LAW Number 12 of the year 1997, and the last is the ACT number 19 of the year 2022. This research would like to see how the process activities Annual Trunk Show as customer relations management Riamiranda programs in reducing the consumption of pirated goods. In this study researchers using qualitative research methods are purely descriptive by using the techniques of data collection based on the observation of the non participant and in-depth interviews. Research results show that Annual Trunk Show as one of the program's customer relations management Riamiranda been effective and runs well in an attempt to reduce piracy of brand.*

**Keyword:** Piracy, copyright, customer relations management, Riamiranda.