



**PERLINDUNGAN KEKAYAAN INTELEKTUAL
TERHADAP PELAKU EKONOMI KREATIF DI
KECAMATAN BOROBUDUR**

SKRIPSI

disusun untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum

Oleh

LUSIFAH NURUL HUDA
15.0201.003

**PROGRAM STUDI ILMU HUKUM
FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG
2019**

**PERLINDUNGAN KEKAYAAN INTELEKTUAL TERHADAP PELAKU
EKONOMI KREATIF DI KECAMATAN BOROBUDUR
SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Akhir Dan Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Hukum Strata Satu (S-1)
Progam Studi Ilmu Hukum Pada Fakultas Hukum
Universitas Muhammadiyah Magelang



**PROGRAM STUDI ILMU HUKUM
FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG
2019**

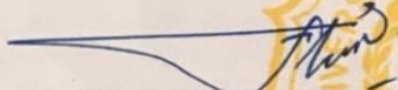
PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul **"PERLINDUNGAN KEKAYAAN INTELEKTUAL TERHADAP PELAKU EKONOMI KREATIF DI KECAMATAN BOROBUDUR "**, disusun oleh **LUSIFAH NURUL HUDA (NPM. 15.0201.003)** telah disetujui untuk dipertahankan di hadapan Sidang Ujian Skripsi Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Magelang, pada :

Hari : Sabtu

Tanggal : 3 Agustus 2019

Pembimbing I



Heniyatun S.H., M.Hum
NIDN. 0613035901

Pembimbing II



Chrisna Bagus Edhita P., S.H., M.H
NIDN. 0610068903

Mengetahui,
Dekan Fakultas Hukum
Universitas Muhammadiyah Magelang



Dr. Dyah Adriantini Sintha Dewi, S.H., M.Hum
NIP. 196710031992032001

PENGESAHAN
PERLINDUNGAN KEKAYAAN INTELEKTUAL TERHADAP PELAKU
EKONOMI KREATIF DI KECAMATAN BOROBUDUR

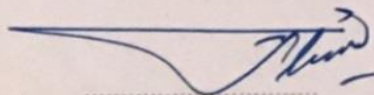
Telah Dipertahankan di Hadapan Tim Penguji pada Ujian Skripsi yang telah di
Selenggarakan oleh Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Magelang

Pada Tanggal, 3 Agustus 2019

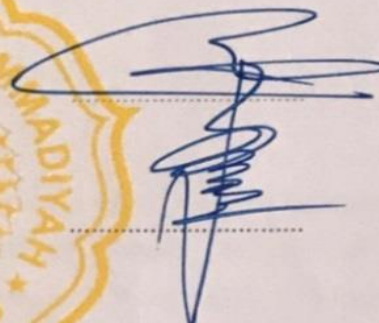
Magelang, 3 Agustus 2019

Tim Penguji :

1. Heniyatun S.H.,M.Hum
NIDN. 0613035901



2. Chrisna Bagus Edhita P. S.H.,M.H
NIDN. 0610068903



3. Puji Sulistiyarningsih, S.H.,M.H
NIDN. 0630046201



Mengetahui,
Dekan Fakultas Hukum
Universitas Muhammadiyah Magelang

Dr. Dyah Adriantini Sintha Dewi, S.H.,M.Hum
NIP.196710031992032001

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya adalah Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Magelang:

Nama : LUSIFAH NURUL HUDA

Tempat, Tanggal Lahir : Magelang, 21 November 1996

NPM : 15.0201.0083

Alamat : Dsn. Gadungan RT.04 RW.02 Pasuruhan,
Mertoyudan, Kabupaten Magelang

Menyatakan hasil penelitian yang berupa skripsi berjudul:

**“PERLINDUNGAN KEKAYAAN INTELEKTUAL TERHADAP PELAKU
EKONOMI KREATIF DI KECAMATAN BOROBUDUR ”**

Adalah benar-benar hasil karya sendiri/ tidak menjiplak dan apabila terbukti saya menjiplak dari hasil karya orang lain, maka skripsi saya tersebut beserta hasilnya dan sekaligus gelar kesarjanaan yang saya peroleh dinyatakan dibatalkan.

Magelang, 3 Agustus 2019

Mengetahui,

Yang Membuat Pernyataan



Dr. Dyah Adriantini Sintha Dewi, S.H., M.Hum
NIP. 196710031992032001



Lusifah Nurul Huda
NPM. 15.0201.0083

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Magelang, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : LUSIFAH NURUL HUDA
NIM : 15.0201.0083
Program Studi : Ilmu Hukum (S1)
Fakultas : Hukum

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Magelang Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Magelang berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Magelang

Pada tanggal : 3 Agustus 2019

Yang Menyatakan,



LUSIFAH NURUL HUDA
NPM. 15.0201.0083

MOTTO

“From zero to hero, from nothing to something.”

“Ku persembahkan Skripsi ini untuk yang selalu bertanya :

“Kapan Skripsimu selesai?”

Terlambat lulus atau lulus tidak tepat waktu bukan sebuah kejahatan dan bukan sebuah aib. Alangkah kerdilnya jika mengukur kepintaran seseorang hanya dari siapa yang paling cepat lulus. Bukankah sebaik-baiknya skripsi adalah skripsi yang selesai? Baik itu selesai tepat waktu maupun tidak tepat waktu”.

“Kebanggaan kita yang terbesar adalah bukan tidak pernah gagal, tetapi bangkit kembali setiap kita jatuh”

(confusius)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya sederhana ini saya persembahkan untuk orang-orang yang saya sayangi :

1. Penyemangat dan motivator saya, yaitu bapak dan ibu tercinta, Bapak Rochmat dan Ibu Rukminingsih.
2. Yang saya sayangi kakakku M. Rizki Efendi atas dukungan dan doanya.
3. Untuk yang sudah senantiasa sabar membimbing saya dalam penulisan skripsi ini ibu Heniyatun, S.H., M.HUM dan Bapak Chrisna Bagus Edhita Praja, S.H., M.H
4. Untuk Ibu Puji Sulistyaningsih S.H., M.H yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Untuk teman-teman seperjuangan Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Magelang angkatan 2015, semoga silaturahmi kita tetap terjaga sampai kapanpun.
6. Semua sahabat yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirobbil'alamin segala puji hanya kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **PERLINDUNGAN KEKAYAAN INTELEKTUAL TERHADAP PELAKU EKONOMI KREATIF DI KECAMATAN BOROBUDUR.**

Selama menyusun skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dikarenakan terbatasnya pengalaman maupun penguasaan ilmu hukum, namun demikian berkat bantuan, bimbingan serta petunjuk dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

Tiada kata maupun ungkapan yang dapat penulis pilih kecuali rasa hormat dan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Bapak Ir. Eko Widodo, MT selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Magelang.
2. Ibu Dr. Dyah Adriantini Sintha Dewi, S.H.,M.Hum selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Magelang.
3. Ibu Puji Sulistyaningsih, SH., MH selaku Kepala Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Magelang.
4. Heniyatun S.H., M,Humselaku Dosen Pembimbing I dalam penulisan skripsi ini.
5. Chrisna Bagus Edhita P, SH, MH selaku Dosen Pembimbing II dalam penulisan skripsi ini.
6. Puji Sulistyaningsih, SH, MH selaku dosen penguji.
7. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Magelang.

8. Ibu Ika selaku perwakilan Kecamatan Borobudur, saya ucapkan terima kasih telah diizinkan melakukan penelitian di Kecamatan Borobudur.
9. Ibu Zum selaku perwakilan Dinas Pariwisata Kabid Promosi.
10. Ibu Sri Tumini selaku perwakilan Dinas Perdagangan Koperasi dan UKM Kabupaten Magelang.
11. Bapak Asep selaku perwakilan dari Bkraf (Badan Ekonomi Kreatif).
12. Bapak Moh. Hawary Dahlan selaku kepala SUBBID PENYULUHAN DAN BANKUM KANWIL JAWA TENGAH.
13. Bapak Supoyo selaku pemilik Arum Art pengrajin gerabah sebagai salah satu pelaku ekonomi kreatif.
14. Bapak Ipung selaku pemilik gallery Rik Rok salah satu pelaku ekonomi kreatif.
15. Bapak Nuryanto selaku pemilik Lidiah Art sebagai pelaku ekonomi kreatif.
16. Bapak susilo selaku perwakilan pengrajin bambu salah satu pelaku ekonomi kreatif.
17. Bapak Jayus selaku perwakilan perwakilan pelaku ekonomi kreatif miniatur candi dan gantungan kunci.
18. Ibu Timah selaku perwakilan pelaku ekonomi kreatif yang membuat gantungan kunci dari tutup botol bekas.
19. Catur Wulandini yang setiap pagi, siang, malam selalu menanyakan perkembangan skripsiku dan setiap telfon selalu menanyakan kabar skripsiku yang tak boan-bosannya selalu bertanya. Trimakasih selalu menjadi teman curhatku dalam segala situasi dan kondisi. *Thank you because you have become very good person in my life. Hopefully what you've given to me will be paid by the best reward from God.*
20. Teman terdekat ku, Nico Sunarko Putra yang telah berjuang bersama mulai dari penyusunan proposal, sidang proposal dan pada akhirnya penulis ditinggal sidang skripsi lebih dulu. Trimakasih atas segala *support* yang selalu diberikan selama ini dalam mengerjakan skripsi, *I cannot give anything to you, I can only say thank you. May your goodness get the best reward from the God.*

21. Teman mugbang Nasi Padang Ria Nanda yang selalu memberiku semangat dalam penulisan skripsi ini. *Every journey begins with a single step. And you'll never finish if you don't start.* Semangat mengerjakan skripsi Nanada dan Trimakasih atas segalanya.
22. Trimakasih Mas Iwan (Kak Cumil) yang selalu memberikan semangat dalam penyusunan, sidang, sampai penyelesaian skripsi ini, Mbik Kim (Mbik Cumil) yang selalu menemani di perpustakaan, dan Bu Supi yang selalu membantu di TU dan tidak lupa juga Pak Jono yang selalu ada sat jajan di TU.
23. Trimakasih Majid dan Reza Aditya sebagai tim editor yang selalu ada. Trimakasih Taufika teman seperjuanganku dalam sidang skripsi sampai revisi. Trimakasih Nuril yang selalu memberikan keceriaan dalam penyelesaian revisi. Tidak lupa juga teman-temanku seperjuangan Vera, Dayu, Riana, Fian Belladina, Bima, Anissa, Ayu, Aji Kusuma, Aji Kurniawan, Reza Yudis, Bagus, Fatma, Zudha, Novan, Wijaya, Yogi, Yusuf, Lutfiana, Piyul, Mbik Anggun, Mbik Billa, Mbik Nilma, Tomy, Hillmy dan Mas Takhasatsu.
24. Trimakasih kepada semua teman dan senior Taekwondo atas doa dan dukungannya serta teman-teman Cabor lain yang selalu mendukung.
25. Serta keluarga besar dan teman-teman yang ikut andil dalam proses penyelesaian skripsi penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Semoga kita semua diberi Panjang Umur dan keberkatan dalam hidup oleh Allah SWT.

Magelang, 3 Agustus 2019

Penulis

Lusifah Nurul Huda

ABSTRAK

Kegiatan pariwisata dan ekonomi kreatif dapat diibaratkan sebagai bunga dan lebah, pariwisata itu merupakan bunga dan ekonomi kreatif merupakan lebahnya. Pariwisata akan semakin menarik orang-orang untuk membuat karya yang mungkin bisa menjadi ciri dari daerah yang mereka kunjungi.

Candi Borobudur merupakan salah satu objek wisata andalan yang dimiliki Indonesia, candi tersebut merupakan candi terbesar di dunia yang memiliki sejarah dan seni berkualitas yang menjadi daya tarik bagi wisatawan mancanegara maupun lokal. Candi Borobudur merupakan salah satu wilayah yang terletak di Kabupaten Magelang, Jawa tengah tepatnya di Kecamatan Borobudur. Sektor wisata tersebut mampu menarik banyak wisatawan yang tentu memberikan dampak positif bagi perekonomian negara terutama masyarakat di sekitar wilayah objek wisata ole karena itu sering dikunjungi turis lokal maupu mancanegara.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana perlindungan kekayaan intelektual terhadap pelaku ekonomi kreatif di Kecamatan Borobudur dan untuk mengidentifikasi kendala apa saja yang dihadapi oleh pelaku ekonomi kreatif di Kecamatan Borobudur.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Jenis penelitan ini menggunakan jenis penelitian dengan pendekatan yuridis sosiologis (*social legal approach*). Analisis data dilakukan secara deduktif dengan penelitian yang dimulai teori-teori umum, lalu berlanjut dengan observasi untuk menguji validitas keberlakuan teori tersebut.

Perlindungan kekayaan intelektual terhadap pelaku ekonomi kreatif di Kecamatan Borobudur masih sangat kurang terbukti dari beberapa pelaku ekonomi kreatif yang belum mendaftarkan karya yang dihasilkan yang berpotensi kekayaan intelektual. Kendala-kendala yang dihadapi oleh para pelaku ekonomi kreatif dalam mendaftarkan kekayaan intelektualnya diantaranya biaya yang tidak sedikit untuk mendaftarkannya.

Kata Kunci : Pelaku ekonomi, kreatif, Borobudur

ABSTRACT

Tourism and creative economy activities can be likened to flowers and bees, tourism is the flower and the creative economy is the bee. Tourism will increasingly attract people to create works that might characterize the areas they visit.

Borobudur Temple is one of the mainstay attractions owned by Indonesia, the temple is the largest temple in the world that has a history and quality art that is an attraction for foreign and domestic tourists. Borobudur Temple is an area located in Magelang Regency, Central Java, precisely in Borobudur District. The tourism sector is able to attract many tourists which certainly has a positive impact on the country's economy, especially the community around the ole tourist area because it is often visited by local and foreign tourists.

The purpose of this study is to analyze how the protection of intellectual property against creative economic actors in Borobudur District and to identify any obstacles faced by creative economy actors in Borobudur District.

The method used in this study uses qualitative methods. This type of research uses a type of research with a sociological juridical approach (social legal approach). Data analysis is done deductively with research that begins with general theories, then continues with observations to test the validity of the theory's validity.

Protection of intellectual property against creative economic actors in Borobudur District is still very poorly proven by some creative economic actors who have not registered the work produced with potential intellectual property. The constraints faced by creative economic actors in registering their intellectual property include the significant cost to register it.

Keywords: Economic, creative, Borobudur

DAFTAR ISI :

PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN.....	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
ABSTRAK	xii
DAFTAR ISI :	xiv
BAB I.....	xv
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Pembatasan Masalah	5
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan Penelitian.....	6
F. Manfaat Penelitian.....	6
G. Sistematika Penulisan	7
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Penelitian Terdahulu.....	9
B. Landasan Teori.....	11
C. Landasan Konseptual.....	13
1. Ekonomi Kreatif	13
2. Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Ekonomi Kreatif	24
3. Kekayaan Intelektual	41
4. Pelaku Ekonomi.....	56
5. <i>CO-Branding</i>	58
BAB III.....	63
METODE PENELITIAN	63
A. Pendekatan Penelitian.....	63
B. Jenis Penelitian.....	64

C. Lokasi Penelitian	65
D. Sumber Data.....	65
1. Sumber Data Primer.....	65
2. Sumber Data Sekunder	66
3. Sumber Data Tersier	67
E. Teknik Pengambilan Data	67
1. Interview/wawancara	67
2. Studi Pustaka dan dokumen	67
F. Analisis Data	67
BAB IV	69
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	69
A. Perlindungan Kekayaan Intelektual Terhadap Pelaku Ekonomi Kreatif Di Kecamatan Borobudur	69
B. Kendala Yang Di Hadapi Oleh Pelaku Ekonomi Kreatif Di Kecamatan Borobudur Dalam Memperoleh Kekayaan Intelektua.....	82
BAB V.....	88
PENUTUP	88
A. KESIMPULAN	88
B. SARAN.....	88
DAFTAR PUSTAKA	92

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ekonomi Kreatif (ekraf) merupakan rangkaian kegiatan perekonomian yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan dan bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu (Sulasi Rongiyati 2018 :40). Ekonomi kreatif sebagai pemanfaatan cadangan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tak terbatas, yaitu ide, gagasan, bakat atau talenta dan kreativitas.

Ekonomi kreatif melalui industri kecil dapat mengembangkan UKM (Usaha Kecil Menengah), mengurangi tingkat kemiskinan, dan mengurangi pengangguran (Purwaningsih E, 2010:784). Pengembangan industri kreatif juga bisa dilakukan di daerah yang mempunyai potensi kekayaan intelektual, seperti di daerah kecamatan Borobudur dengan beberapa contoh kerajinan batik, ukiran, dan pahat. Melalui pengembangan industri ekonomi kreatif tersebut dapat mendorong beberapa daerah untuk mengembangkan wilayahnya agar lebih maju.

Kegiatan ekonomi kreatif tersebut meliputi industri kerajinan produk, kriya, kuliner dan seni rupa yang dihasilkan dan kemudian menjadi sebuah daya tarik wisata bagi Kecamatan Borobudur. Daya tarik wisata ialah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan

manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara (Purwanaingsih E, 2010:787).

Kegiatan pariwisata dan ekonomi kreatif dapat diibaratkan sebagai bunga dan lebah, pariwisata itu merupakan bunga dan ekonomi kreatif merupakan lebahnya. Pariwisata akan semakin menarik orang-orang untuk membuat karya yang mungkin bisa menjadi ciri dari daerah yang mereka kunjungi.

Beberapa alasan Indonesia mengembangkan sektor wisata itu sendiri karena Indonesia merupakan negara yang memiliki banyak modal alam, kebudayaan dan sejarah yang sangat menarik dan berpotensi besar untuk dibangun sebagai kawasan wisata berkelas dunia. Candi Borobudur merupakan salah satu objek wisata andalan yang dimiliki Indonesia, candi tersebut merupakan candi terbesar di dunia yang memiliki sejarah dan seni berkualitas yang menjadi daya tarik bagi wisatawan mancanegara maupun lokal. Candi Borobudur merupakan salah satu wilayah yang terletak di Kabupaten Magelang, Jawa tengah tepatnya di Kecamatan Borobudur. Sektor wisata tersebut mampu menarik banyak wisatawan yang tentu memberikan dampak positif bagi perekonomian negara terutama masyarakat di sekitar wilayah objek wisata ole karena itu sering dikunjungi turis lokal maupu mancanegara.

Borobudur merupakan salah satu dari tujuh keajaiban dunia juga memperkenalkan beberapa keeksotisan budaya lokal yang dituangkan oleh para pelaku ekonomi kreatif dalam menawarkan produk yang dihasilkannya sebagai buah tangan bagi para wisatawan lokal maupun

macanegara. Konsep kegiatan wisata dapat didefinisikan dengan tiga faktor, yaitu harus ada *something to see*, *something to do*, dan *something to buy* (Sumar'in, Andiono, dan Yuliansyah. 2017:2). *Something to see* berkaitan dengan atraksi yang dapat dilihat di daerah wisata tersebut, *something to do* berkaitan dengan aktivitas wisatawan di daerah wisata, sedangkan *something to buy* berkaitan dengan souvenir/ kerajinan khas yang dibeli di daerah wisata sebagai buah tangan wisatawan yang berkunjung di suatu daerah wisata. Tiga komponen tersebut, ekonomi kreatif di Borobudur dapat masuk melalui *something to buy* dengan menciptakan produk-produk inovatif khas daerah sebagai buah tangan para wisatawan yang berkunjung di Borobudur.

Produk-produk inovatif khas daerah yang dihasilkan oleh Kecamatan Borobudur diantaranya produk-produk cinderamata, grabah, batik dan aneka kuliner khas lokal. Adanya produk-produk lokal yang dihasilkan maka berkembanglah kegiatan ekonomi kreatif di Kecamatan Borobudur. Produk-produk ekonomi yang dihasilkan tersebut tidak lepas dari hasil kekayaan intelektual yang merupakan karya-karya inovatif oleh karena itu hasil kekayaan intelektual tersebut bagi pelaku ekonomi kreatif seyogyanya mendapatkan perlindungan kekayaan intelektual. Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual terhadap pelaku ekonomi kreatif sangatlah penting agar tidak timbul pelanggaran terhadap kekayaan intelektual seperti penjiplakan ataupun pengalihan dari pihak lain secara melawan hukum.

Salah satu contoh kasus desain industri di Kecamatan Borobudur yang telah didaftarkan oleh Bapak Nuryanto. Kasus ini bermula dari Bapak Nuryanto yang mempunyai sebuah desain industri kemudian mendaftarkannya ke Dirjen HKI akan tetapi tidak lama kemudian desain industri yang dihasilkan oleh Bapak Nuryanto tersebut ditiru oleh pelaku ekonomi kreatif lainnya dengan volume yang lebih besar dibandingkan dengan desain industri yang dihasilkan oleh Bapak Nuryanto. Bapak Nuryanto sendiri pernah melaporkannya akan tetapi dikarenakan volume desain industri yang didaftarkan tersebut memiliki volume berbeda maka Bapak Nuryanto tidak bisa memprotes karena berbeda.

Berdasarkan contoh kasus tersebut bahwa suatu karya yang didaftarkan memenuhi unsur volume yang berbeda akan tetapi dengan desain industri yang sama persis. Maka dari itu pelaku ekonomi kreatif di Kecamatan Borobudur yang menghasilkan karya-karya yang inovatif dan mempunyai desain industri perlu dilindungi oleh kekayaan intelektual oleh karena itu perlu dilakukan suatu penelitian berjudul “Perlindungan Kekayaan Intelektual Terhadap Pelaku Ekonomi Kreatif Di Kecamatan Borobudur”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut penulis merumuskan suatu permasalahan yang akan dibahas dalam skripsi ini sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis perlindungan kekayaan intelektual terhadap pelaku ekonomi kreatif di kecamatan Borobudur.
2. Untuk menganalisis upaya yang dilakukan oleh pemerintah dalam melindungi kekayaan intelektual terutama pelaku ekonomi kreatif di kecamatan Borobudur.
3. Untuk menganalisis kendala yang dihadapi pelaku ekonomi kreatif dalam memperoleh kekayaan intelektual.

C. Pembatasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Luas lingkup hanya meliputi informasi Kekayaan Intelektual meliputi beberapa rezim diantaranya Hak Cipta, Desain Industri dan Hak Merek.
2. Informasi yang disajikan yaitu : hukum kekayaan intelektual, peranan pemerintah mengenai kekayaan intelektual terhadap pelaku ekonomi kreatif, dan kendalakendala yang dihadapi oleh pelaku ekonomi kreatif dalam memperoleh kekayaan intelektual.

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana perlindungan Kekayaan Intelektual terhadap pelaku ekonomi kreatif di Kecamatan Borobudur?

2. Bagaimana cara penyelesaian kendala-kendala yang dihadapi oleh pelaku ekonomi kreatif dalam memperoleh perlindungan kekayaan intelektual?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan arah dalam melangkah sesuai dengan maksud penelitian. Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis bagaimana perlindungan kekayaan intelektual terhadap pelaku ekonomi kreatif di Kecamatan Borobudur.
2. Untuk mengidentifikasi kendala apa saja yang dihadapi oleh pelaku ekonomi kreatif di Kecamatan Borobudur.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitaian ini yaitu:

1. Dari sisi teoritis, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi terhadap keilmuan tentang Hak Kekayaan Intelektual (HKI) mengenai perkembangan kekayaan intelektual khususnya terhadap pelaku ekonomi kreatif.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para pelaku ekonomi kreatif di Kecamatan Borobudur. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi akan pentingnya kekayaan intelektual terhadap pelaku ekonomi kreatif di Kecamatan Borobudur khususnya ke pemerintah daerah yaitu

Dinas Perdagangan, Koperasi dan UMK Kabupaten Magelang dan
Dinas Pariwisata Kabupaten Magelang.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini dibagi menjadi 5 (lima)
BAB, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab I berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian,
manfaat penelitian, sistematika penulisan,

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab II membahas landasan teori-teori yang berkaitan dengan pokok
permasalahan yang diteliti, yaitu: Penelitian terdahulu, pengertian
ekonomi kreatif, pokok dasar ekonomi kreatif, lingkup industri
kreatif, pilar-pilar ekonomi kreatif, perlindungan hukum terhadap
pelaku ekonomi kreatif secara *prefentiv* dan *represif* , perlindungan
kekayaan intelektual, penggolongan hak kekayaan intelektual,
sistem pendaftaran kekayaan intelektual, dan Kebijakan pemerintah
dalam perlindungan HKI di Indonesia.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab III berisi mengenai tata cara dalam melakukan penelitian,
untuk memperoleh bahan dalam penyusunan penelitian ini yaitu
melalui metode pendekatan yuridhis sosiologis, bahan penelitian,
spesifikasi penelitian, teknik penelitian, lokasi penelitian, teknik
pengumpulan bahan hukum, analisis bahan hukum.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab IV ini menjelaskan mengenai hasil penelitian bagaimana pentingnya perlindungan kekayaan intelektual pada pelaku ekonomi kreatif khususnya di Kecamatan Borobudur.

BAB V : PENUTUP

Bab V berisi kesimpulan dan saran

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Prisly Slovenia Sipir, 2018 dalam penelitian yang berjudul “Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual Terhadap Pelaku Ekonomi Kreatif Di Sulawesi Utara Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta”, dengan penelitian bahwa Perlindungan hukum Hak Kekayaan Intelektual atas produk ekonomi kreatif berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta terhadap pelaku karya seni digital di Sulawesi Utara dikatakan masih kurang efektif dikarenakan masih kurangnya kesadaran masyarakat khususnya para pelaku seni dalam hal melindungi karya ciptaannya dan tidak didaftarkan akibatnya banyak terjadi pelanggaran terhadap karya mereka, namun instrumen hukum di Indonesia sudah mengatur dengan jelas dan memberikan perlindungan yang maksimal kepada para pelaku karya seni yang mau mendaftarkan produknya yaitu lewat perlindungan hukum secara preventif dan represif yang keduanya memiliki peran-peran sendiri untuk mengatasi permasalahan seperti pembajakan, perlindungan hukum tersebut meliputi pencatatan karya cipta, gugatan ganti rugi dan sanksi pidana dari pemerintah.

Muhammad Fahmi Rois, Kholis Roisah, 2018 dalam penelitiannya yang berjudul “Perlindungan Hukum Kekayaan Intelektual Kerajinan Kuningan Tumang” dengan hasil penelitian terdapat empat faktor yang mempengaruhi perlindungan HKI, yakni faktor politik (belum adanya

kebijakan dan penyuluhan pemerintah mengenai perlindungan HKI), faktor budaya (kebanyakan pengrajin menganggap meniru ciptaan orang lain bukan merupakan permasalahan dan tidak terbiasa memberikan tanda sebagai merek pada kerajinan), faktor sosial (hubungan sosial kekeluargaan sangat kuat, menganggap ide ciptaan adalah milik umum), dan faktor ekonomi (permintaan pasar membuat pengrajin tidak memperdulikan perlindungan HKI). Hasil penelitian menunjukkan masih minimnya pemahaman pengrajin tentang rezim hukum HKI, untuk itu perlu adanya gerakan sosial atau institusi lokal melakukan penyuluhan tentang hukum HKI. Di samping belum ada koperasi yang mewadahi pengrajin, maka sudah seharusnya didirikan koperasi.

Lidya Shery Muis, Ari Purwadi, Dwi Tatak Subagiyo, 2017 dalam penelitian yang berjudul “Perlindungan Hukum Hak Cipta Fesyen Terhadap Ekonomi Kreatif Dalam Masyarakat Ekonomi ASEAN” dengan hasil penelitian pembajakan dan kejahatan terhadap hak cipta terutama fesyen akan sangat mudah terjadi dan akan sulit untuk terdeteksi karena hukum di negara Indonesia akan sulit menjangkau ke negaranegara anggota ASEAN lainnya, maka perlu peran desainer sendiri untuk melindungi hak ciptanya salah satunya dengan cara pendaftaran dan pengumuman. Pembajakan ini dapat berupa pembajakan ide, kata demi kata, sumber, dan pembajakan kepengarangan. Pihak yang dirugikan dengan adanya pembajakan ini adalah pencipta dari desain fesyen. Fesyen sulit untuk dilindungi karena pergerakannya yang dinamis. Hal ini membuat desainer dan pemerintah kesulitan melindungi hak cipta

desainer. Perlindungan hak cipta fesyen tidak hanya membutuhkan peran pemerintah, tapi juga butuh peran dari desainer sendiri dalam perlindungan karyanya. Langkah yang dapat dilakukan oleh desainer adalah melakukan pencatatan dan pengumuman hak cipta. Mencatatkan ciptaannya merupakan antisipasi agar tidak mengalami pembajakan. Pengumuman hak cipta tujuannya agar orang lain tahu hasil karya desainer. Walaupun Undang-Undang Hak Cipta tidak mengharuskan pencatatan hak cipta fesyen, namun hal ini penting dilakukan guna kepentingan pengumuman dan perlindungan terhadap ciptaannya.

Berdasarkan beberapa pembahasan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini, belum ada penelitian terdahulu yang meneliti secara spesifik mengenai perlindungan HKI terhadap pelaku ekonomi kreatif Di Kecamatan Borobudur. Oleh karena itu perlu dilakukannya penelitaian yang berkaitan dengan perlindungan kekayaan intelektual terhadap pelaku ekonomi kreatif khususnya di Kecamatan Borobudur karena di Borobudur banyak terdapat pengrajin yang kreatif dan inovatif yang memiliki potensi kekayaan intelektual.

B. Landasan Teori

Ada beberapa teori perlindungan hak kekayaan intelektual seperti teori *reward*, teori *recovery*, teori *incentive*, dan teori *risk* (Dadan Samsudin, 2016). Menurut teori *reward* (penghargaan), pencipta atau penemu yang menghasilkan ciptaan atau penemuan harus dilindungi dan harus diberi penghargaan atas hasil jerih payahnya menghasilkan penemuan atau ciptaan. Kemudian menurut teori *recovery*, pencipta atau

penemu yang menghasilkan ciptaan atau penemuan dengan mengeluarkan tenaga, waktu dan biaya harus diberi kesempatan untuk meraih kembali apa yang telah ia keluarkan tersebut. Selanjutnya menurut teori incentive menyatakan bahwa dalam rangka untuk menarik minat, upaya dan dana bagi pelaksanaan dan pengembangan kreativitas penemuan, serta menghasilkan sesuatu yang baru, diperlukan adanya suatu incentive agar dapat memacu kegiatan-kegiatan penelitian. Menurut teori *risk* (resiko) menyatakan bahwa kekayaan intelektual merupakan hasil karya yang mengandung resiko, sehingga wajar untuk memberi perlindungan kepada kegiatan yang mengandung resiko tersebut.

Undang Undang tersebut dimaksudkan untuk memberikan rasa aman bagi kalangan industri dan perdagangan, namun hingga saat ini berbagai masalah di bidang HKI masih saja terjadi. Ada dua alasan mengapa HKI perlu dilindungi oleh hukum. Pertama, alasan non ekonomis dan kedua alasan ekonomis. Alasan yang bersifat non ekonomis menyatakan bahwa perlindungan hukum akan memacu mereka yang menghasilkan karya-karya intelektual tersebut untuk terus melakukan kreativitas intelektual. Hal ini akan meningkatkan “*self actualization*” pada diri manusia. Bagi masyarakat hal ini akan berguna untuk meningkatkan perkembangan kehidupan mereka, sedangkan alasan yang bersifat ekonomis adalah dengan melindungi mereka yang melahirkan karya intelektual tersebut, berarti yang melahirkan karya tersebut mendapatkan keuntungan materiil dari karya-karyanya. Di lain pihak melindungi mereka dari adanya peniruan, pembajakan, penjiplakan

maupun perbuatan curang lainnya yang dilakukan oleh orang lain atas karya-karya mereka.

Hak atas Kekayaan Intelektual mencakup karya-karya yang dihasilkan oleh manusia yang terdiri dari karya-karya di bidang ilmu pengetahuan, teknologi dan seni, sehingga dapat dibagi menjadi:

1. Hak Cipta
2. Merek
3. Paten
4. Desain Produk
5. Rahasia Dagang
6. Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu Dalam

C. Landasan Konseptual

1. Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif merupakan konsep baru yang mendukung informasi dan kreatifitas yang mengandalkan ide gagasan dan pengetahuan dari sumber manusia sebagai faktor produksi.(I Gusti Bagus 2016:227)

Ekonomi kreatif sebenarnya adalah wujud dari upaya mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui kreatifitas yang mana pembangunan yang berkelanjutan adalah suatu iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan. Dengan kata lain ekonomi kreatif adalah perwujudan dari

semangat bertahan hidup yang sangat penting bagi Negara-negara berkembang. Pesan besar yang ditawarkan ekonomi kreatif adalah pemanfaatan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tak terbatas, yaitu ide, talenta, dan kreativitas (Mira Elka 2008:1)

Pelaku ekonomi merupakan elemen penting yang membentuk bangunan sistem ekonomi. Bagaimana pelaku ekonomi tersebut melakukan kegiatan ekonominya, baik dalam memproduksi, alokasi (distribusi), maupun berkonsumsi akan menentukan sistem perekonomian tersebut. Berbagai kegiatan ekonomi yang melibatkan pelaku-pelaku ekonomi yang berbeda akan memunculkan pola hubungan yang memiliki sifat (karakteristik) tertentu. Aditiawan Chandra (2004: 2-3) menekankan bahwa ide paling dasar untuk mengerti dan menguasai sistem perekonomian di suatu masyarakat atau negara adalah mengelompokkan kegiatan perekonomian menurut kepentingan pelaku-pelaku utama, masing-masing:

- a. Produsen atau Pengusaha, yaitu perseorangan atau kelompok perseorangan yang berkumpul secara hukum, dalam bentuk Perseroan Terbatas, CV, koperasi, atau bentuk formal lainnya, yang bertujuan untuk memproduksi barang/produk atau jasa untuk dilempar ke pasar guna memenuhi kebutuhan konsumen. Kegiatan pelaku ini disebut dengan kegiatan produksi.
- b. Konsumen, yaitu perseorangan, rumah tangga atau kelompok organisasi yang memiliki kemampuan dari pendapatannya (biasa disebut dengan daya beli) dan memiliki pilihan-pilihan atau

keinginan untuk memenuhi kebutuhan (*human wants*) mereka di pasar. Kegiatan pelaku konsumen ini disebut dengan kegiatan konsumsi.

- c. Lembaga Perbankan dan Keuangan, merupakan organisasi formal, dapat juga berbentuk kelompok perseorangan, yang memiliki tujuan untuk memfasilitasi kegiatan perekonomian dengan mengumpulkan dana yang ada di masyarakat, mengelolanya dan kemudian menyalurkannya dalam bentuk pemberian pinjaman maupun produk jasa keuangan lainnya.
- d. Badan Publik dan Pemerintah, dalam sistem perekonomian suatu negara Lembaga Publik dan Pemerintah berfungsi untuk menjaga kepentingan masyarakat secara umum, menjadi wasit dalam sistem perekonomian pasar, dan mungkin juga memberikan pelayanan publik yang tidak ditangani oleh sektor swasta.

Terdapat 3 (tiga) hal pokok yang menjadi dasar dari ekonomi kreatif, antara lain kreativitas, inovasi dan penemuan (Rochmat Aldy Purnomo. 2016: 8-10):

- a Kreativitas (*Creativity*) Dapat dijabarkan sebagai suatu kapasitas atau kemampuan untuk menghasilkan atau menciptakan sesuatu yang unik, fresh, dan dapat diterima umum. Bisa juga menghasilkan ide baru atau praktis sebagai solusi dari suatu masalah, atau melakukan sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada (*thinking out of the box*). Seseorang yang memiliki kreativitas dan dapat memaksimalkan

kemampuan itu, bisa menciptakan dan menghasilkan sesuatu yang berguna bagi dirinya sendiri beserta orang lain.

- b Inovasi (*Innovation*) Suatu transformasi dari ide atau gagasan dengan dasar kreativitas dengan memanfaatkan penemuan yang sudah ada untuk menghasilkan suatu produk ataupun proses yang lebih baik, bernilai tambah, dan bermanfaat. Sebagai contoh inovasi, cobalah melihat beberapa inovasi di video-video youtube.com dengan kata kunci “*lifehack*”. Di video itu diperlihatkan bagaimana suatu produk yang sudah ada, kemudian di-inovasikan dan bisa menghasilkan sesuatu yang bernilai jual lebih tinggi dan lebih bermanfaat.
- c Penemuan (*Invention*) Istilah ini lebih menekankan pada menciptakan sesuatu yang belum pernah ada sebelumnya dan dapat diakui sebagai karya yang mempunyai fungsi yang unik atau belum pernah diketahui sebelumnya. Pembuatan aplikasi-aplikasi berbasis android dan iOS juga menjadi salah satu contoh penemuan yang berbasis teknologi dan informasi yang sangat memudahkan manusia dalam melakukan kegiatan sehari-hari.

Pemerintah sendiri telah mengidentifikasi lingkup industri kreatif mencakup 14 subsektor, antara lain (Faisal Afiff 2012: 3-5):

- a Periklanan (*advertising*): kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa periklanan, yakni komunikasi satu arah dengan menggunakan medium tertentu. Meliputi proses kreasi,

operasi, dan distribusi dari periklanan yang dihasilkan, misalnya riset pasar, perencanaan komunikasi periklanan, media periklanan luar ruang, produksi material periklanan, promosi dan kampanye relasi publik. Selain itu, tampilan periklanan di media cetak (surat kabar dan majalah) dan elektronik (televisi dan radio), pemasangan berbagai poster dan gambar, penyebaran selebaran, pamflet, edaran, brosur dan media reklame sejenis lainnya, distribusi dan delivery advertising materials or samples, serta penyewaan kolom untuk iklan;

- b. **Arsitektur:** kegiatan kreatif yang berkaitan dengan desain bangunan secara menyeluruh, baik dari level makro (*town planning, urban design, landscape architecture*) sampai level mikro (*detail konstruksi*). Misalnya arsitektur taman, perencanaan kota, perencanaan biaya konstruksi, konservasi bangunan warisan sejarah, pengawasan konstruksi, perencanaan kota, konsultasi kegiatan teknik dan rekayasa seperti bangunan sipil dan rekayasa mekanika dan elektrikal;
- c. **Pasar Barang Seni:** kegiatan kreatif yang berkaitan dengan perdagangan barang-barang asli, unik dan langka serta memiliki nilai estetika seni dan sejarah yang tinggi melalui lelang, galeri, toko, pasar swalayan dan internet, meliputi

barang-barang musik, percetakan, kerajinan, automobile, dan film;

- d Kerajinan (*craft*): kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi produk yang dibuat atau dihasilkan oleh tenaga pengrajin yang berawal dari desain awal sampai proses penyelesaian produknya. Antara lain meliputi barang kerajinan yang terbuat dari batu berharga, serat alam maupun buatan, kulit, rotan, bambu, kayu, logam (emas, perak, tembaga, perunggu dan besi), kaca, porselen, kain, marmer, tanah liat, dan kapur. Produk kerajinan pada umumnya hanya diproduksi dalam jumlah yang relatif kecil (bukan produksi massal);
- e Desain: kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain grafis, desain interior, desain produk, desain industri, konsultasi identitas perusahaan dan jasa riset pemasaran serta produksi kemasan dan jasa pengepakan;
- f Fesyen (*fashion*): kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian mode dan aksesorisnya, konsultasi lini produk berikut distribusi produk fesyen;
- g Video, Film dan Fotografi: kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi produksi video, film, dan jasa fotografi, serta distribusi rekaman video dan film. Termasuk di dalamnya

penulisan skrip, dubbing film, sinematografi, sinetron, dan eksibisi atau festival film;

- h Permainan Interaktif (*game*): kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi permainan komputer dan video yang bersifat hiburan, ketangkasan, dan edukasi. Sub-sektor permainan interaktif bukan didominasi sebagai hiburan semata-mata tetapi juga sebagai alat bantu pembelajaran atau edukasi;
- i Musik: kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi atau komposisi, pertunjukkan, reproduksi, dan distribusi dari rekaman suara;
- j Seni Pertunjukkan (*showbiz*): kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha pengembangan konten, produksi pertunjukkan. Misalnya, pertunjukkan wayang, balet, tarian tradisional, tarian kontemporer, drama, musik tradisional, musik teater, opera, termasuk musik etnik, desain dan pembuatan busana pertunjukkan, tata panggung, dan tata pencahayaan;
- k Penerbitan dan Percetakan: kegiatan kreatif yang terkait dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, tabloid, dan konten digital serta kegiatan kantor berita dan pencari berita. Subsektor ini juga mencakup penerbitan perangko, materai, uang kertas, blanko cek, giro, surat andil, obligasi, saham dan surat

berharga lainnya, paspor, tiket pesawat terbang, dan terbitan khusus lainnya. Juga mencakup penerbitan foto-foto, grafir (*engraving*) dan kartu pos, formulir, poster, reproduksi, percetakan lukisan, dan barang cetakan lainnya, termasuk rekaman mikro film;

- l Layanan Komputer dan Piranti Lunak (*software*): kegiatan kreatif yang terkait dengan pengembangan teknologi informasi, termasuk layanan jasa komputer, pengolahan data, pengembangan database, pengembangan piranti lunak, integrasi sistem, desain dan analisis sistem, desain arsitektur piranti lunak, desain prasarana piranti lunak dan piranti keras, serta desain portal termasuk perawatannya;
- m Televisi & Radio (*broadcasting*): kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan acara televisi (seperti *games*, *kuis*, *reality show*, *infotainment*, dan lainnya), penyiaran, dan transmisi konten acara televisi dan radio, termasuk kegiatan *station relay* (pemancar) siaran radio dan televisi;
- n Riset dan Pengembangan kegiatan kreatif terkait dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan teknologi, serta mengambil manfaat terapan dari ilmu dan teknologi tersebut guna perbaikan produk dan kreasi produk baru, proses baru, material baru, alat baru, metode baru, dan teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan

pasar. Termasuk yang berkaitan dengan humaniora, seperti penelitian dan pengembangan bahasa, sastra, dan seni serta jasa konsultasi bisnis dan manajemen.

Seperti halnya sebuah rumah yang membutuhkan pilar untuk bisa tetap berdiri tegak, ekonomi kreatif memiliki 5 (lima) pilar yang perlu terus diperkuat sehingga industri kreatif dapat tumbuh dan berkembang mencapai visi dan misi ekonomi kreatif Indonesia 2025. Kelima pilar ekonomi kreatif tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut (Rochmat Aldy Purnomo. 2016: 48-52):

- a Sumber Daya (*Resources*), Sumber daya yang dimaksudkan di sini adalah input yang dibutuhkan dalam proses penciptaan nilai tambah, selain ide atau kreativitas yang dimiliki oleh sumber daya insani juga bisa menjadi landasan dari industri kreatif karena sumber daya alam maupun ketersediaan lahan yang menjadi input penunjang dalam industri kreatif. Era ekonomi kreatif juga mendapatkan warisan dampak dari era industrialisasi seperti pemanasan global. Pemanasan global di seluruh dunia membangkitkan kesadaran kolektif dari warga dunia dan menghasilkan pandangan politis mengenai penyelamatan bumi. Oleh karena itu, dalam membangun industri kreatif yang berbasis fisik, alangkah lebih baik apabila ditunjang dengan pola pikir pembangunan yang ramah lingkungan.

- b Industri (*Industry*), Pada prinsipnya, industri merupakan bagian dari kegiatan masyarakat yang terkait dengan produksi, distribusi, pertukaran serta konsumsi produk atau jasa dari sebuah negara atau area tertentu. Perlunya pengupayaan agar terbentuknya struktur pasar industri kreatif dengan persaingan sempurna yang mempermudah pelaku industri kreatif untuk melakukan bisnis dalam sektor yang dituju. Pilar Industri ini dimasukkan ke dalam buku ini karena pemahaman bahwa produk kreatif adalah hasil suatu kreativitas dikalikan dengan transaksi riil. Ini mengindikasikan adanya faktor kreasi dan originalisasi yang memiliki potensi kapital dan/atau yang diproduksi sedemikian rupa untuk dikomersialisasikan.
- c Teknologi (*Technology*), Teknologi dapat didefinisikan sebagai suatu entitas baik material dan non material, yang merupakan aplikasi penciptaan dari proses mental atau fisik untuk mencapai nilai tertentu. Dengan kata lain, teknologi bukan hanya mesin ataupun alat bantu yang sifatnya berwujud, tetapi teknologi ini termasuk kumpulan teknik atau metode-metode, atau aktivitas yang membentuk dan mengubah budaya. Teknologi ini akan merupakan enabler untuk mewujudkan kreativitas individu dalam karya nyata. Teknologi dimasukkan kedalam pilar karena fungsinya sebagai kendaraan dan perangkat (tools) bagi

pengembangan landasan ilmu pengetahuan. Teknologi bisa dipakai dalam berkreasi, memproduksi, berkolaborasi, mencari informasi, distribusi dan sarana bersosialisasi.

- d Institusi (*Institution*), Institution atau institusi dalam pilar pembangunan industri kreatif dapat didefinisikan sebagai tatanan sosial dimana termasuk di dalamnya adalah kebiasaan, norma, adat, aturan, serta hukum yang berlaku. Tatanan sosial ini bisa yang bersifat informal –seperti sistem nilai, adat istiadat, atau norma - maupun formal dalam bentuk peraturan perundang-undangan. Industri kreatif memajukan ide-ide yang dapat dieksploitasi menjadi potensi ekonomi.
- e Lembaga Keuangan (*Financial Institution*), Lembaga keuangan adalah lembaga yang berperan menyalurkan pendanaan kepada pelaku industri yang membutuhkan, baik dalam bentuk modal atau ekuitas maupun pinjaman atau kredit. Lembaga keuangan merupakan salah satu endorsement dalam perjalanan suatu industri kreatif dan salah satu elemen penting untuk untuk menjembatani kebutuhan keuangan bagi pelaku dalam industri kreatif. Industri kreatif memiliki 15 sub-sektor. Ada yang kreasinya berbentuk benda fisik, ada pula yang kreasinya berupa produk non-fisik (*intangible*). Persepsi lembaga keuangan saat ini masih tradisional, hanya mau menyalurkan

pinjaman pada industri yang memiliki hasil fisik dan memiliki lahan fisik sebagai tempat memproduksi. Dengan berkembangnya teknologi ICT, saat ini banyak produk-produk non-fisikal yang memanfaatkan dunia maya (*cyberspace*) sehingga berbentuk digital. Institusi finansial harus menciptakan perangkat finansial yang mendukung era ini. Pelaku industri kreatif saat ini lebih banyak didominasi oleh orang-orang muda dan kadang bisnis atau industrinya masih non-formal. Namun hasil kreasi dari orang-orang muda seringkali sangat kreatif, menjadi potensi industri dan bisnis yang menguntungkan. Harus diciptakan suasana kondusif untuk memotivasi generasi muda dalam memulai bisnis dan memberi akses-akses finansial yang berpihak.

2. Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Ekonomi Kreatif

Perlindungan hukum merupakan gambaran dari bekerjanya fungsi hukum untuk mewujudkan tujuan-tujuan hukum, yakni keadilan, kemanfaatan dan kepastian hukum. Perlindungan hukum adalah suatu perlindungan yang diberikan kepada subyek hukum sesuai dengan aturan hukum, baik itu yang bersifat *preventif* (pencegahan) maupun dalam bentuk yang bersifat *represif* (pemaksaan), baik yang secara tertulis maupun tidak tertulis dalam rangka menegakkan peraturan hukum. Menurut Philipus M. Hadjon (1987:2) perlindungan hukum bagi rakyat meliputi dua hal, yakni:

- a. Perlindungan Hukum *Preventif*, yaitu bentuk perlindungan hukum yang berupa perlindungan kepada rakyat diberi kesempatan untuk mengajukan keberatan atau pendapatnya sebelum suatu keputusan pemerintah mendapat bentuk yang definitif.
- b. Perlindungan Hukum *Represif*, yaitu bentuk perlindungan hukum yang lebih ditujukan dalam penyelesaian sengketa.

Secara konseptual, perlindungan hukum yang diberikan bagi rakyat Indonesia merupakan implementasi atas prinsip pengakuan dan perlindungan terhadap harkat dan martabat manusia yang bersumber pada Pancasila dan prinsip negara hukum yang berdasarkan Pancasila. Perlindungan hukum hakikatnya setiap orang berhak mendapatkan perlindungan dari hukum. Hampir seluruh hubungan hukum harus mendapat perlindungan dari hukum. Pemegang perlindungan hukum yang diberikan kepada hak atas kekayaan intelektual (HaKI). Pengaturan mengenai hak atas kekayaan intelektual meliputi, hak cipta dan hak atas kekayaan industri. Pengaturan mengenai hak atas kekayaan intelektual tersebut telah dituangkan dalam sejumlah peraturan perundang-undangan, seperti UU No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta, UU Desain Industri No. 31 Tahun 2000, UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek, UU Nomor 13 Tahun 2016 tentang Paten, UU Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang, UU No. 31 Tahun 2000 tentang Desain industri, UU No. 32 Tahun 2000 tentang

Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu, UU No.29 Tahun 2000 tentang Varietas tanaman.

Komitmen pemerintah untuk membangun dan mengembangkan ekonomi kreatif sebagai bagian penting pembangunan ekonomi nasional dibuktikan dengan dibentuknya Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) melalui Peraturan Presiden No. 6 Tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif. Lembaga non-kementerian ini bertanggung jawab terhadap perkembangan ekraf di Indonesia dan bertugas membantu Presiden dalam merumuskan, menetapkan, mengoordinasikan, dan sinkronisasi kebijakan di bidang ekraf. Peraturan Presiden No. 6 Tahun 2015 tentang Badan Ekraf kemudian direvisi dengan Peraturan Presiden No. 72 Tahun 2015 tentang Perubahan Atas Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif (Peraturan Presiden No. 72 Tahun 2015). Berdasarkan Peraturan Presiden No. 72 Tahun 2015, sedikitnya ada 16 subsektor pengembangan ekraf yang telah ditetapkan Bekraf, sesuai dengan Pasal 2 Peraturan Presiden No. 72 Tahun 2015 “Badan Ekonomi Kreatif mempunyai tugas membantu Presiden dalam merumuskan, menetapkan, mengoordinasikan, dan sinkronisasi kebijakan ekonomi kreatif di bidang aplikasi dan game developer, arsitektur, desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, fashion, film, animasi, dan video, fotografi, kriya, kuliner, musik, penerbitan, periklanan, seni pertunjukan, seni rupa, dan televisi dan radio.”

Bekraf mempunyai enam deputi dalam mengemban tugasnya, yaitu:

a. Deputi Riset, Edukasi, dan Pengembangan;

Deputi ini bertanggung jawab terhadap riset dan pengembangan ekonomi kreatif, serta melakukan edukasi tentang ekonomi kreatif kepada masyarakat. Pertanggungjawaban tersebut meliputi perumusan, penetapan, koordinasi, dan sinkronisasi kebijakan dengan program riset, edukasi, pengembangan ekonomi kreatif. Hal ini tercantum di dalam Peraturan Kepala Badan Ekonomi Kreatif No.1 /2015 Pasal 58.

Deputi Riset, Edukasi, dan Pengembangan menyelenggarakan berbagai fungsi dalam melaksanakan tugasnya, yaitu:

1. Perumusan, penetapan, dan pelaksanaan kebijakan dan program riset, edukasi dan pengembangan ekonomi kreatif.
2. Koordinasi, sinkronisasi perencanaan, pelaksanaan kebijakan dan program riset, edukasi dan pengembangan ekonomi kreatif.
3. Pengawasan atas pelaksanaan kebijakan dan program riset, edukasi dan pengembangan ekonomi kreatif.
4. Pemberian bimbingan teknis dan supervisi atas pelaksanaan kebijakan dan program riset, edukasi dan pengembangan ekonomi kreatif.
5. Pelaksanaan pembinaan dan pemberian dukungan kepada semua pemangku kepentingan dalam riset, edukasi dan pengembangan ekonomi kreatif.
6. Pelaksanaan fungsi lain yang ditugaskan Kepala.

Deputi ini membawahi dua direktorat, yaitu Direktorat Riset dan Pengembangan Ekonomi Kreatif, serta Direktorat Edukasi Ekonomi Kreatif.

b. Deputi Akses Permodalan;

Berdasarkan Peraturan Kepala Badan Ekonomi Kreatif No. 1/2015 Pasal 70, Deputi Akses Permodalan mempunyai tugas merumuskan, menetapkan, mengoordinasikan, dan sinkronisasi kebijakan dan program terkait akses permodalan ekonomi kreatif.

Deputi Akses Permodalan menjalankan beberapa fungsi dalam melaksanakan tugasnya, yaitu:

- 1) Perumusan, penetapan, dan pelaksanaan kebijakan dan program terkait akses permodalan ekonomi kreatif.
- 2) Koordinasi, sinkronisasi perencanaan, pelaksanaan kebijakan dan program terkait akses permodalan ekonomi kreatif.
- 3) Pengawasan atas pelaksanaan kebijakan dan program terkait akses permodalan ekonomi kreatif.
- 4) Pemberian bimbingan teknis dan supervisi atas pelaksanaan kebijakan dan program terkait akses permodalan ekonomi kreatif.
- 5) Pelaksanaan pembinaan dan pemberian dukungan kepada semua pemangku kepentingan terkait akses permodalan ekonomi kreatif.
- 6) Pelaksanaan komunikasi dan koordinasi dengan pihak lain yang terkait di dalam dan luar negeri untuk akses permodalan ekonomi kreatif.
- 7) Pelaksanaan fungsi lain yang ditugaskan Kepala.

Deputi ini menyediakan fasilitasi untuk pelaku ekonomi kreatif dari enam belas subsektor dalam mendapatkan akses pada sumber atau pemilik modal. Para pelaku ekonomi kreatif bisa mendapatkan akses permodalan dalam berbagai macam bentuk, hibah, modal ventura, atau pinjaman dari bank.

Program utama deputi ini adalah mempertemukan pemilik dana atau investor dengan para pelaku ekonomi kreatif. Selain itu, Deputi Akses Permodalan juga melakukan pendampingan terhadap para pelaku industri kreatif dalam bentuk *capacity building*, terutama tentang hal yang berkaitan dengan pengetahuan bisnis dan pengelolaan keuangan.

c. Deputi Infrastruktur;

Deputi Infrastruktur mempunyai tugas merumuskan, menetapkan, mengoordinasikan, dan sinkronisasi kebijakan dan program pengembangan infrastruktur ekonomi kreatif.

Deputi Infrastruktur menjalankan beberapa fungsi, sebagai berikut:

- 1) Perumusan, penetapan, pelaksanaan kebijakan dan program pengembangan infrastruktur ekonomi kreatif.
- 2) Koordinasi, sinkronisasi perencanaan, pelaksanaan kebijakan dan program pengembangan infrastruktur ekonomi kreatif.
- 3) Pengawasan atas pelaksanaan kebijakan dan program pengembangan infrastruktur ekonomi kreatif.
- 4) Pemberian bimbingan teknis dan supervisi atas pelaksanaan kebijakan dan program pengembangan infrastruktur ekonomi kreatif.

- 5) Pelaksanaan pembinaan dan pemberian dukungan kepada semua pemangku kepentingan terkait pengembangan infrastruktur ekonomi kreatif.
- 6) Pelaksanaan fungsi lain yang ditugaskan Kepala.

Deputi infrastruktur bertanggung jawab terhadap terbentuknya ekosistem ekonomi kreatif yang kondusif. Ekosistem itu dibangun dari infrastruktur dan intrastruktur teknologi. Salah satu program deputi ini adalah terbangunnya jaringan kota kreatif yang memungkinkan semua pelaku saling berinteraksi. Ekosistem ekonomi kreatif terdiri dari beberapa elemen, yaitu pelaku (pribadi dan komunitas), pasar (bisnis), akademisi, dan pemerintah (Pusat dan Pemda).

Deputi Infrastruktur ini mempunyai dua direktorat. Mereka adalah Direktorat Fasilitas Infrastruktur Fisik dan Direktorat Fasilitas Infrastruktur Teknologi Informasi dan Telekomunikasi.

d. Deputi Pemasaran;

Peraturan Kepala Badan Ekonomi Kreatif No.1 /2015 Pasal 94 menjelaskan bahwa Deputi Pemasaran mempunyai tugas merumuskan, menetapkan, mengoordinasikan, dan sinkronisasi kebijakan dan program pengembangan branding, promosi, dan publikasi produk ekonomi kreatif di dalam dan luar negeri.

Untuk itu, Deputy Pemasaran pun menjalankan beberapa fungsi:

- 1) Perumusan, penetapan, dan pelaksanaan kebijakan dan program pengembangan branding, promosi dan publikasi produk ekonomi kreatif.
- 2) Koordinasi, sinkronisasi perencanaan, pelaksanaan kebijakan dan program pengembangan branding, promosi dan publikasi produk ekonomi kreatif.
- 3) Pengawasan atas pelaksanaan kebijakan dan program pengembangan branding, promosi dan publikasi produk ekonomi kreatif.
- 4) Pemberian bimbingan teknis dan supervisi atas pelaksanaan kebijakan dan program pengembangan branding, promosi dan publikasi produk ekonomi kreatif.
- 5) Pelaksanaan pembinaan dan pemberian dukungan kepada semua pemangku kepentingan terkait pengembangan branding, promosi dan publikasi produk ekonomi kreatif.
- 6) Pelaksanaan komunikasi dan koordinasi dengan Lembaga Negara, Kementerian, Lembaga Pemerintah Non Kementerian, Pemerintah Daerah, dan pihak lain yang terkait di dalam dan luar negeri untuk pengembangan branding, promosi dan publikasi produk ekonomi kreatif.
- 7) Pelaksanaan fungsi lain yang ditugaskan Kepala. Deputy Pemasaran bertugas memperluas pasar produk dan jasa kreatif Indonesia sehingga bisa bersaing di pasar global sekaligus menjadi raja di pasar sendiri. Strategi yang akan dilakukan adalah promosi dan

branding produk dan jasa kreatif Indonesia, membangun citra produk nasional secara menyeluruh dan konsisten baik di Indonesia maupun di luar negeri.

Deputi Pemasaran membawahi dua direktorat, Direktorat Pengembangan Pasar Dalam Negeri dan Direktorat Pengembangan pasar Luar Negeri.

e. Deputi Fasilitasi Hak Kekayaan Intelektual dan Regulasi; dan

Peraturan Kepala Badan Ekonomi Kreatif No.1 /2015 Pasal 106 menjelaskan bahwa Deputi Fasilitasi Hak Kekayaan Intelektual dan Regulasi mempunyai tugas merumuskan, menetapkan, mengoordinasikan, dan sinkronisasi kebijakan dan program fasilitasi Hak Kekayaan Intelektual dan sinkronisasi regulasi di bidang ekonomi kreatif.

Dalam menjalankan tugasnya, deputi ini mempunyai berbagai fungsi, yaitu:

- 1) Perumusan, penetapan, dan pelaksanaan kebijakan dan program fasilitasi Hak Kekayaan Intelektual di bidang ekonomi kreatif.
- 2) Koordinasi, sinkronisasi perencanaan, pelaksanaan kebijakan dan program fasilitasi Hak Kekayaan Intelektual di bidang ekonomi kreatif.
- 3) Koordinasi, sinkronisasi perencanaan, pelaksanaan regulasi di bidang ekonomi kreatif.
- 4) Pengawasan atas pelaksanaan kebijakan dan program fasilitasi hak kekayaan intelektual di bidang ekonomi kreatif.

- 5) Pemberian bimbingan teknis dan supervisi atas pelaksanaan kebijakan dan program fasilitasi Hak Kekayaan Intelektual di bidang ekonomi kreatif.
- 6) Pelaksanaan pembinaan dan pemberian dukungan kepada semua pemangku kepentingan dalam memfasilitasi Hak Kekayaan Intelektual di bidang ekonomi kreatif.
- 7) Pelaksanaan fungsi lain yang ditugaskan Kepala.

Sebagai model ekonomi yang bertumpu pada kekuatan sumber daya manusia, Ekonomi kreatif membangun fondasinya di atas Hak kekayaan intelektual (HKI). Ekonomi kreatif bisa tumbuh dengan pesat jika ide dan karya para pelakunya dilindungi. Untuk itu, deputi ini menjalankan beberapa program, antara lain penyediaan informasi tentang HKI dalam bentuk aplikasi, membentuk satgas anti pembajakan, menghadirkan para konsultan HKI untuk memberikan konsultasi one-to-one secara gratis, serta menyediakan fasilitasi untuk pendaftaran HKI bagi pelaku ekonomi kreatif.

Deputi Fasilitasi Hak Kekayaan Intelektual dan Regulasi terdiri atas dua direktorat, yaitu Direktorat Fasilitasi Hak Kekayaan Intelektual dan Direktorat Harmonisasi Regulasi dan Standardisasi.

f. Deputi Hubungan Antar Lembaga dan Wilayah.

Peraturan Kepala Badan Ekonomi Kreatif No.1 /2015 Pasal 118 menjelaskan bahwa Deputi Hubungan Antar Lembaga dan Wilayah mempunyai tugas merumuskan, menetapkan, mengoordinasikan, dan sinkronisasi kebijakan dan program hubungan antar lembaga dan wilayah.

Dalam melaksanakan tugasnya, deputi ini menjalankan beberapa fungsi. Beberapa di antaranya adalah:

- 1) Perumusan, penetapan, pelaksanaan kebijakan dan program hubungan antar lembaga dan wilayah.
- 2) Pelaksanaan koordinasi dan sinkronisasi perencanaan dan pelaksanaan kebijakan dan program hubungan antar lembaga dan wilayah.
- 3) Pengawasan atas pelaksanaan kebijakan dan program hubungan antar lembaga dan wilayah.
- 4) Pemberian bimbingan teknis dan supervisi atas pelaksanaan kebijakan dan program hubungan antar lembaga dan wilayah.
- 5) Pelaksanaan pembinaan dan pemberian dukungan kepada semua pemangku kepentingan terkait hubungan antar lembaga dan wilayah.
- 6) Pelaksanaan komunikasi dan koordinasi dengan Lembaga Negara, Kementerian, Lembaga Pemerintah Non Kementerian, Pemerintah Daerah, dan pihak lain yang terkait hubungan antar lembaga dan wilayah.
- 7) Pelaksanaan fungsi lain yang ditugaskan Kepala.

Dalam membangun ekosistem ekonomi kreatif, hubungan antar lembaga dan wilayah mempunyai peran yang sangat penting. Deputi ini bertugas untuk merancang dan menjalankan program pembangunan dan penguatan hubungan, melalui kerjasama dan pembuatan ekosistem ekonomi kreatif yang melibatkan para akademisi, komunitas, bisnis, dan pemerintah.

Deputi ini membawahi dua direktorat yaitu, Direktorat Hubungan Antar Lembaga Dalam Negeri dan Direktorat Hubungan Antar Lembaga Luar Negeri.

Adapun empat jenis HKI yang biasa digunakan untuk melindungi ekonomi kreatif, yakni :

a. Hak Cipta

Pembentukan UU No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta (UU Hak Cipta) merupakan upaya negara untuk melindungi hak ekonomi dan hak moral pencipta dan pemilih hak terkait sebagai unsur penting dalam pembangunan kreativitas nasional. UU Hak Cipta juga menjawab perkembangan ekonomi berbasis industri kreatif yang telah menjadi salah satu andalan kekuatan ekonomi Indonesia. Oleh karenanya UU Hak Cipta dapat memenuhi unsur perlindungan dan pengembangan ekraf (Sulasri Rogiyati 2018:47).

Beberapa poin penting UU Hak Cipta meliputi:

- 1) Memberi perlindungan dan pengembangan ekraf:
- 2) memberikan perlindungan hak cipta dengan jangka waktu yang lebih panjang, yaitu perlindungan hak cipta di bidang tertentu akan diberlakukan selama seumur hidup, ditambah 70 tahun setelah pencipta meninggal dunia.
- 3) Menteri juga diberi kewenangan untuk menghapus ciptaan yang sudah dicatatkan, apabila ciptaan tersebut melanggar norma agama, norma susila, keteriban umum, pertahanan dan keamanan negara, serta ketentuan peraturan perundang-undangan.

b. Desain Industri

Menurut Undang-Undang Desain Industri No. 31 Tahun 2000

BAB I Ketentuan Umum Pasal 1 ayat (1) yang menyatakan:

“Desain industri adalah suatu kreasi tentang bentuk, konfigurasi atau komposisi garis atau warna, atau garis dan warna, atau gabungan daripadanya yang berbentuk tiga dimensi atau dua dimensi yang memberikan kesan estetis dan dapat diwujudkan dalam pola tiga dimensi atau dua dimensi yang memberikan kesan estetis serta dapat dipakai untuk menghasilkan suatu produk, barang, komoditas industri, kerajinan tangan.”

Desain Industri yang mendapat perlindungan:

- 1) Hak Desain Industri diberikan untuk Desain Industri yang baru.
- 2) Desain Industri dianggap baru apabila pada Tanggal Penerimaan, Desain Industri tersebut tidak sama dengan pengungkapan yang telah ada sebelumnya.

Hak Desain Industri tidak dapat diberikan apabila Desain Industri tersebut bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, ketertiban umum, agama, atau kesusilaan.

g. Hak Merek

Berdasarkan UU No.15 Tahun 2001 Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa

Merek dapat dibedakan dalam beberapa macam, antara lain:

- 1) Merek dagang: merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang atau badan hukum untuk membedakan dengan barang sejenis.
- 2) Merek jasa: merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa sejenis.
- 3) Merek kolektif: merek yang digunakan pada barang atau jasa dengan karakteristik yang sama yang diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang atau jasa sejenis.

Pengertian hak merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek terdaftar dalam daftar umum merek untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya.

Pengertian hak merek, menunjukkan pengaruh pendekatan kebijakan negara (*State policy*) dari para penganut *Natural right theory* dalam memahami hak merek. Di dalam *Natural right theory*, terdapat dua pendekatan:

- 1) Pertama memandang hak didasarkan pada hasil usaha dan kepribadian. Bisa disebut sebagai pendekatan usaha dan kepribadian. Pendekatan ini tidak diterapkan dalam hak merek.
- 2) Kedua adalah *state policy*, yaitu hak sebagai suatu kebijakan negara untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah ditentukan (seperti

peningkatan kreativitas, perkembangan seni yang berguna, membangun pasar yang tertata bagi buah pikir manusia, dll).

Fungsi merek adalah suatu merek yang digunakan oleh produsen atau pemilik merek untuk melindungi produknya, baik berupa jasa atau barang dagang lainnya. Menurut beliau suatu merek memiliki fungsi sebagai berikut:

- 1) Fungsi pembeda, yakni membedakan produk yang satu dengan produk perusahaan lain.
- 2) Fungsi jaminan reputasi, yakni selain sebagai tanda asal usul produk juga secara pribadi menghubungkan reputasi produk bermerek tersebut dengan produsennya sekaligus memberikan jaminan kualitas akan produk tersebut.
- 3) Fungsi promosi, yakni merek juga digunakan sebagai sarana memperkenalkan dan mempertahankan reputasi produk lama yang diperdagangkan sekaligus untuk menguasai pasar.
- 4) Fungsi rangsangan investasi dan pertumbuhan industri, yakni merek dapat menunjang pertumbuhan industri melalui penanaman modal baik asing maupun dalam negeri dalam menghadapi mekanisme pasar bebas.

Fungsi merek dapat dilihat dari sudut produsen, pedagang dan konsumen. Dari segi produsen merek digunakan untuk jaminan nilai hasil produksinya, khususnya mengenai kualitas, kemudian pemakaiannya. Dari pihak pedagang, merek digunakan untuk promosi barang-barang dagangannya guna mencari dan meluaskan pasaran. Dari pihak

konsumen, merek digunakan untuk mengadakan pilihan barang yang akan dibeli.

h. Hak Paten

Hak paten adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada Inventor atas hasil Invensinya di bidang teknologi, yang untuk selama waktu tertentu melaksanakan sendiri Invesinya tersebut atau memberikan persetujuannya kepada pihak lain untuk melaksanakannya.

Hak paten diatur dalam Undang undang Nomor 13 Tahun 2016. Pemegang Paten (*Patent Holder*) adalah inventor sebagai Pemilik Paten, atau pihak yang menerima hak tersebut dari Pemilik Paten, atau pihak lain yang menerima lebih lanjut hak tersebut, yang terdaftar dalam Daftar Umum Paten (Pasal 1 Ayat (6) UU Paten). Jadi, kunci untuk mengetahui siapa Pemegang Paten yang sah adalah Daftar Umum Paten, di mana nama Pemegang Paten itu terdaftar Pemegang Paten mempunyai hak mutlak atas invensinya yang berlaku terhadap setiap orang. Hak atas invensi itu bersifat monopoli (*exclusive right*), artinya Pemegang Paten adalah satu-satunya yang dapat menggunakan haknya dan dapat pula melarang orang lain menggunakannya tanpa izin Pemegang Paten.

Penggunaan tersebut meliputi perbuatan-perbuatan yang dilakukan untuk tujuan industri dan perdagangan. Di samping itu, Pemegang Paten juga berhak melarang pemberian Paten kepada pihak lain yang mengajukan Permohonan Paten atas invensi yang sudah dipatenkannya. Bahkan, apabila Paten orang lain itu sudah terdaftar. Pemegang Paten berhak menuntut pembatalannya melalui pengadilan

niaga yang berwenang jika ternyata Paten itu tidak sah karena melanggar Patennya.

Tujuan dari hak paten, yaitu:

- 1) Memberikan Perlindungan Hukum atas setiap karya intelektual di bidang teknologi, sehingga terjamin hak kepemilikan pemegang paten.
- 2) Mewujudkan iklim yang lebih baik bagi kegiatan invensi di bidang teknologi, sebab teknologi memiliki peranan yang sangat penting dalam pembangunan nasional secara umum dan khususnya di sektor industri,
- 3) Memberikan insentif bagi para inventor dalam melakukan inovasi baru melalui hak eksklusif atas invensi yang dihasilkannya.
- 4) Sarana pengungkapan terbuka mengenai informasi teknologi terkini yang dipatenkan, sehingga masyarakat dapat memanfaatkannya untuk penyempurnaan dan pengembangan teknologi lebih lanjut.

Salah satu contoh undang-undnag HKI yang memberi perlindungan pada ekraf adalah Undang-Undang Merek. Merek dapat menjadi penanda dari suatu produk yang menunjukkan asal produsennya, dan membedakan dengan produk-produk lainnya yang sejenis. Konsumen memilih produk berdasarkan merek tersebut oleh karena keberhasilan pemasaran produk, reputasi yang dimiliki oleh produsen (*good will*), jaminan kualitas atas produk, atau bahkan atas dasar pertimbangan bahwa produk tersebut memenuhi selera konsumen. Sehingga merek dapat menjadi image atas produk tertentu yang berkaitan

dengan reputasi dari produk dan konsumen dapat menjadi loyal untuk terus membeli atau menggunakan produk dengan merek tersebut. (Agus Sardjono, Brian Amy Prastyo, dan Desrezka Gunti Larasati 2013:496).

Bagi pelaku ekraf yang sebagian besar merupakan golongan pengusaha UMKM, merek atas produk kreatifnya menjadi salah satu upaya untuk mengenalkan produknya kepada masyarakat. Merek juga dapat menjadi identitas suatu produk, oleh karenanya pendaftaran merek memiliki arti penting bagi pelaku ekraf dalam mengembangkan usahanya dan melindungi dari tindakan curang pihak lain yang dapat merugikan secara ekonomis.

Pelindungan hukum terhadap merek pada dasarnya ditujukan untuk mencegah terjadinya *unfair competition* berupa mencegah atau melarang orang lain atau pihak lain untuk melakukan pelanggaran merek berupa pemanfaatan atau pemboncengan merek milik orang lain. Pelaku ekraf yang pada umumnya atau sebagian besar adalah UMKM memiliki berbagai kendala untuk mendaftarkan mereknya.

3. Kekayaan Intelektual

Pengertian mengenai HKI dalam hukum Anglo Saxon dikenal istilah hukum *Intellectual Property Rights*. Istilah hukum tersebut diterjemahkan kedalam bahasa Indonesia menjadi 2 (dua) macam istilah hukum: Hak Milik Intelektual dan Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Perbedaan terjemahan terletak pada kata *property*. Kata

tersebut memang dapat diartikan sebagai kekayaan, dapat juga sebagai milik.

Hak kekayaan intelektual adalah hak milik hasil pemikiran (*intelektual*) yang melekat pada pemiliknya, bersifat tetap dan eksklusif. Hak kekayaan intelektual merupakan serangkaian hak dan kepentingan yang sah terkait dengan produk yang dihasilkan dari aktivitas intelektual manusia. Hak kekayaan intelektual adalah hak yang berasal dari kegiatan kreatif suatu kemampuan daya pikir manusia yang diekspresikan kepada khalayak umum dalam berbagai bentuknya, bermanfaat, berguna untuk menunjang kehidupan dan memiliki nilai ekonomi (Djumhana dan R. Djubaedilah IV 2003:21)

Bila berbicara tentang kekayaan selalu tidak lepas dari milik, dan sebaliknya berbicara tentang milik *property* tidak terlepas dari kekayaan. Hak kekayaan intelektual adalah hak milik hasil pemikiran (*intelektual*) yang melekat pada pemiliknya, bersifat tetap dan eksklusif. Hak kekayaan intelektual merupakan serangkaian hak dan kepentingan yang sah terkait dengan produk yang dihasilkan dari aktivitas intelektual manusia. Hak kekayaan intelektual adalah hak yang berasal dari kegiatan kreatif suatu kemampuan daya pikir manusia yang diekspresikan kepada khalayak umum dalam berbagai bentuknya, bermanfaat, berguna untuk menunjang kehidupan dan memiliki nilai ekonomi.(Djumhana 2003:21-22)

Perlindungan hukum hak kekayaan intelektual merupakan sistem hukum yang terdiri atas: (Abdulkadir Muhammad, 2001:144)

- 1) Subjek Perlindungan, yaitu pihak pemilik atau pemegang hak, aparat penegak hukum, pejabat pendaftaran dan pelanggaran hukum;
- 2) Objek Perlindungan, yaitu semua jenis Hak Kekayaan Intelektual yang diatur oleh undang-undang seperti merek, cipta, paten, desain industri, rahasia dagang, tata letak sirkuit terpadu, perlindungan varietas tanaman;
- 3) Pendaftaran Perlindungan, dimana Hak Kekayaan Intelektual yang dilindungi adalah sudah terdaftar dan dibuktikan dengan sertifikat pendaftaran;
- 4) Jangka Waktu Perlindungan, yaitu lamanya Hak Kekayaan Intelektual itu dilindungi oleh undang-undang; Tindakan Hukum Perlindungan bagi pihak yang terbukti melakukan pelanggaran Hak Kekayaan Intelektual maka pelanggar harus dikenai hukuman baik secara perdata maupun secara pidana.

Penggolongan hak kekayaan intelektual menurut TRIPs dapat digolongkan dalam dua lingkup yaitu:

- 1) Hak Cipta (*Copy Rights*)

Berdasarkan Pasal 1 Ayat 1 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Bahwa hak cipta adalah hak eksklusif bagi pencipta atau penerima hak untuk mengumumkan atau memperbanyak ciptaannya atau memberikan izin untuk itu dengan tidak mengurangi

pembatasan-pembatasan menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku.

2) Hak Kekayaan Industri (*Industrial Property Rights*)
(Sudargo Gautama hlm.2) Adapun dalam lingkup Hak Kekayaan Industri mencakup:

- a) Merek (*Trade Mark*)
- b) Paten (*Patens*)
- c) Rahasia Dagang (*Trade Secret*)
- d) Desain Industri (*Industrial Design*)
- e) Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu (*Layout Design Topographics of Integration Circuits*)
- f) Perlindungan Varietas Tanaman (*Plant Variety*).

Sistem Pendaftaran dan Perlindungan HKI berupa hak eksklusif (Sufiarina: 274). Perlindungan hak cipta lahir pada saat ide telah diwujudkan ke dalam bentuk nyata (*fixation*). Oleh karena itu hak cipta ini tidak memerlukan pendaftaran guna memperoleh perlindungan, perlindungan itu ada secara otomatis ketika ide telah diwujudkan, walaupun beberapa negara mencantumkan juga tentang pendaftaran hak cipta, namun tujuan pendaftaran tersebut adalah sebagai alat bukti di pengadilan jika terjadi sengketa terhadap hak cipta yang dimiliki seseorang.

Bagi rahasia dagang unsur pendaftaran bukanlah syarat untuk perlindungan, mengingat sifat rahasia dari rahasia dagang terkait dengan informasi yang tidak diketahui oleh umum.

Meskipun demikian perjanjian lisensi terkait rahasia dagang dapat didaftarkan. Hanya saja yang didaftarkan adalah syarat dan isi perjanjiannya, bukan rahasia itu sendiri.

Sistem pendaftaran HKI secara umum dikenal dua cara pendaftaran HKI yaitu:

a. Fisrt to file system

Sistem pendaftaran ini didasarkan pada pendaftar pertama. Artinya jika ada dua orang yang mendaftarkan kekayaan intelektual pada hari yang sama dengan objek yang sama, maka pihak yang mendaftarkan lebih dahululah yang diprioritaskan untuk diproses, disebut juga dengan pendaftaran konstitutif.

b. Fisrt to use system

Sistem ini didasarkan pada pengguna pertama, artinya pemilik kekayaan intelektual yang akan didaftar adalah orang yang pertama menggunakan kekayaan intelektual tersebut, sistem ini dinamakan juga dengan sistem deklaratif.

Melalui pendaftaran hak kekayaan intelektual ini, maka negara memberikan perlindungan kepada orang yang memenuhi persyaratan untuk mendaftar, dan akan memberikan hak eksklusif kepada yang telah berhasil melakukan pendaftaran. Perlindungan yang dimaksud berupa penerimaan hak eksklusif yang bersifat

monopoli untuk waktu tertentu dan hanya dimiliki oleh orang yang terkait langsung dengan kekayaan intelektual yang didaftarkan tersebut. Melalui hak eksklusif pemilik hak kekayaan intelektual dapat mencegah orang lain untuk membuat, menggunakan atau berbuat sesuatu terhadap hak kekayaan intelektual tersebut tanpa izin.

Kebijakan pemerintah dalam perlindungan HKI di Indonesia adalah dengan diaturnya Undang- Undang HKI yang terdiri dari :

1. Hak Cipta (*Copy Rights*)

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 peraturan perundang-undangan.

Karya – karya yang termasuk kedalam perlindungan Hak Cipta adalah :

- a. Buku, Jurnal Ilmiah, dan Karya Tulis Lainnya
- b. Ceramah, Kuliah, Pidato, dan Ciptaan sejenis
- c. Alat Peraga untuk kepentingan Pendidikan & Ilmu Pengetahuan
- d. Lagu dan/atau musik dengan atau tanpa teks
- e. Drama, Drama Musikal, Tari, Koreografi, Pewayangan, dan Pantomim

- f. Seni Lukis, Seni Motif, Seni Batik, Seni Kaligrafi, dan Gambar
- g. Seni Ukir, Seni Pahat, Seni Patung, Seni Kerajinan Tangan dan Kolase
- h. Karya Seni Terapan dan Arsitektur
- i. Peta

Karya-karya diatas memiliki perlindungan Seumur Hidup + 70 Tahun. Sedangkan Hak Cipta di bawah ini memiliki perlindungan 50 Tahun dengan karya seperti:

- a. Fotografi
- b. Potret
- c. Sinematografi
- d. Permainan Video
- e. Program Komputer / Aplikasi Mobile
- f. Tampilan Web
- g. CD/VCD/DVD
- h. Terjemahan, Tafsir, Saduran, Bunga Rampai, Basis Data, Adaptasi Aransemen
- i. Karya Pertunjukan (Pementasan Drama)
- j. Karya Siaran (Program Berita, Quiz)

Penyelesaian sengketa pelanggaran hak cipta, disamping dapat digugat di Pengadilan Niaga, UU No. 28/2014 tentang hak cipta juga mengatur tentang tindak pidana hak cipta, yang diatur dalam bab XIII dari pasal 72

dan pasal 73. Penyelesaian tindak pidana hak cipta tersebut diajukan ke Pengadilan Negeri dan hukum acara yang berlaku sebagaimana ketentuan menurut UU Nomor 8 tahun 1981 tentang KUHAP.

2. Merek (*Trade Mark*)

a. Jangka Waktu Perlindungan Merek

Merek adalah suatu “tanda” yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa. Perlindungan terhadap Merek selama 10 Tahun dan dapat diperpanjang. Jenis Merek dibagi kedalam Merek Barang, Merek Jasa, dan Merek Kolektif Tipe Merek yang dapat didaftarkan perlindungan KI nya :

- 1) Merek Kata
 - 2) Merek Lukisan / Logo
 - 3) Merek Kata + Lukisan / Logo
 - 4) Merek 3 Dimensi
 - 5) Merek Hologram
 - 6) Merek Suara: Jingle McDonald, Jingle Telkomsel, dll
- ### b. Proses Penyelesaian Sengketa Merek

Merujuk pada UU Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU 20/2016), sengketa

merek dapat diselesaikan melalui gugatan di pengadilan niaga atau penyelesaian sengketa alternatif seperti arbitrase.

Proses gugatan sengketa merek merupakan kewenangan absolut dari pengadilan niaga. Saat ini di Indonesia, pengadilan niaga terdapat di lima kota besar yakni Jakarta, Medan, Surabaya, Makassar, dan Semarang. Pengadilan Niaga Jakarta yang terletak di Pengadilan Negeri Jakarta Pusat memiliki kedudukan khusus karena ditetapkan sebagai tempat penyelesaian sengketa merek jika salah satu pihaknya berada di luar negeri.

Secara umum, alur proses penyelesaian sengketa merek seperti alur perkara gugatan perdata biasa. Alurnya dimulai dari pendaftaran gugatan oleh pemilik merek terdaftar dan/atau penerima lisensi merek terdaftar. Yang disasar alias tergugat adalah pihak yang secara tanpa hak menggunakan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya untuk barang dan/atau jasa yang sejenis.

Melalui gugatan ke pengadilan niaga, si pemilik merek terdaftar dan/atau penerima lisensi merek terdaftar dapat menuntut ganti rugi dan/atau penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek tersebut.

3. Paten (*Patens*)

a. Jangka Waktu Perlindungan Paten

Paten adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada inventor atas hasil invensinya di bidang teknologi, yang untuk selama waktu tertentu melaksanakan sendiri invensinya tersebut kepada pihak lain untuk melaksanakannya. Perlindungan 20 Tahun untuk Paten Biasa dan 10 Tahun untuk Paten Sederhana (tidak dapat diperpanjang)

b. Proses Penyelesaian Sengketa Paten

Penyelesaian sengketa hak paten bagi para pihak sebagai bentuk perlindungan hukum mengacu kepada Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2016 tentang Paten, yang memberikan kewenangan kepada pihak yang berhak memperoleh paten untuk dapat menggugat ke Pengadilan Niaga. Jika suatu paten diberikan kepada pihak lain selain dari yang berhak memperoleh paten tersebut (Pasal 142). Selanjutnya pemegang paten atau penerima lisensi berhak mengajukan gugatan ganti rugi kepada Pengadilan Niaga terhadap setiap orang yang dengan sengaja dan tanpa hak melakukan perbuatan yang merugikan pemegang paten. Gugatan ganti rugi yang diajukan terhadap perbuatan tersebut hanya dapat diterima jika produk atau proses itu terbukti di buat dengan menggunakan invensi yang telah di beri paten.

4. Rahasia Dagang (*Trade Secret*)

a. Jangka Waktu Perlindungan Rahasia Dagang

Seperti yang disebutkan dalam Pasal 1 Undang-Undang Rahasia Dagang (Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000), Rahasia Dagang adalah informasi yang tidak diketahui oleh umum di bidang teknologi dan/ atau bisnis, mempunyai nilai ekonomi karena berguna dalam kegiatan usaha, dan dijaga kerahasiaannya oleh pemilik Rahasia Dagang.

Rahasia dagang mendapat perlindungan apabila informasi itu, Bersifat rahasia hanya diketahui oleh pihak tertentu bukan secara umum oleh masyarakat,Memiliki nilai ekonomi apabila dapat digunakan untuk menjalankan kegiatan atau usaha yg bersifat komersial atau dapat meningkatkan keuntungan ekonomi,Dijaga kerahasiaannya apabila pemilik atau para pihak yang menguasainya telah melakukan langkah-langkah yang layak dan patut. , kecuali untuk lisensi Rahasia Dagang yang diberikan.

Dengan adanya unsur kerahasiaan dalam suatu rahasia dagang, maka menyebabkan rahasia dagang tidak memiliki batas jangka waktu perlindungan, karena yang terpenting adalah selama pemilik rahasia dagang tetap melakukan upaya untuk menjaga kerahasiaan dari informasi, maka informasi tersebut masih tetap dalam perlindungan rahasia dagang.

b. Proses Penyelesaian Sengketa Rahasia Dagang

- 1) Mengajukan Gugatan perdata yang disertai tuntutan kompensasi ataupun ganti rugi atas pelanggaran rahasia dagang;
- 2) Melaporkan sebagai tindak pidana akibat adanya tindak pidana terhadap pemegang hak atau penerima lisensi hak rahasia dagang;
- 3) Melalui arbitrase atau alternatif penyelesaian sengketa apabila terjadi sengketa dalam melaksanakan perjanjian yang berkaitan dengan rahasia dagang.

Dari ketiga pilihan di atas, penyelesaian sengketa rahasia dagang melalui arbitrase atau alternatif penyelesaian sengketa dianggap cara yang paling tepat karena masalah Hak Kekayaan Intelektual khususnya rahasia dagang merupakan masalah perdata yang penyelesaiannya perlu dilakukan secara efektif dan efisien serta dilakukan secara tertutup.

5. Desain Industri (*Industrial Design*)

a. Jangka Waktu Perlindungan Desain Industri

Berdasarkan UU No. 31 Tahun 2000 Desain industri adalah suatu kreasi tentang bentuk, konfigurasi, atau komposisi garis atau warna, atau garis dan warna, atau gabungan daripadanya yang berbentuk tiga dimensi atau dua dimensi yang memberikan kesan estetis dan dapat

diwujudkan dalam pola tiga dimensi atau dua dimensi serta dapat dipakai untuk menghasilkan suatu produk, barang, komoditas industri, atau kerajinan tangan. Perlindungan Desain Industri selama 10 Tahun dan tidak dapat diperpanjang.

b. Proses Penyelesaian Sengketa Desain Industri

Penyelesaian sengketa desain industri sebenarnya dapat dilakukan berdasarkan UU Desain Industri serta juga melalui dua mekanisme jalur keperdataan dan pidana. Penyelesaian hukum melalui jalur keperdataan dapat dilakukan dengan menggunakan lembaga penyelesaian sengketa alternatif dan arbitrase atau gugatan ke Pengadilan Niaga. Untuk penyelesaian sengketa alternatif dan arbitrase didasarkan pada ketentuan Pasal 47 UU Desain Industri yang menyatakan: “Selain penyelesaian gugatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 46 para pihak dapat menyelesaikan perselisihan tersebut melalui arbitrase atau alternatif penyelesaian sengketa.” Lembaga penyelesaian sengketa alternatif dan arbitrase merupakan salah satu penyelesaian sengketa keperdataan di luar pengadilan. Bentuk dari penyelesaian sengketa alternatif ini berupa negosiasi, mediasi dan konsiliasi, sedangkan arbitrase dapat berupa arbitrase dalam negeri atau asing.

6. Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu (*Layout Design Topographics of Integration Circuits*)

Berdasarkan UU No. 32 tahun 2000 Hak Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara Republik Indonesia kepada Pendesain atas hasil kreasinya, untuk selama waktu tertentu melaksanakan sendiri, atau memberikan persetujuannya kepada pihak lain untuk melaksanakan hak tersebut.

a. Jangka Waktu Perlindungan Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu

Perlindungan hak yang diberikan kepada pendesain Tata Letak Sirkuit Terpadu adalah selama 10 tahun (Pasal 4 ayat (3) dihitung dari sejak pertama kali desain itu dieksploitasi secara komersial dimanapun sejak tanggal penerimaan (Pasal 4 Ayat (1). Jangka waktu perlindungan yang singkat karena perkembangan teknologi yang begitu cepat, sehingga waktu 10 tahun dianggap cukup memadai. Dalam hal desain telah dieksploitasi secara komersial permohonan harus diajukan paling lambat 2 (dua) tahun terhitung sejak tanggal dieksploitasi. Jika waktu perlindungan sudah selesai, jangka waktu tersebut tidak dapat diperpanjang lagi dan konsekuensinya desain tersebut menjadi milik umum (*public domein*). Siapa pun boleh menggunakan desain tersebut.

b. Proses Penyelesaian Sengketa Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu

Proses penyelesaiannya melalui pengadilan niaga, selain itu sesuai dengan Pasal 39 para pihak dapat menyelesaikan perselisihan tersebut melalui arbitrase atau alternatif penyelesaian sengketa.

7. Perlindungan Varietas Tanaman (*Plant Variety*).

Berdasarkan UU No.29 Tahun 2000 Varietas tanaman yang selanjutnya disebut varietas, adalah sekelompok tanaman dari suatu jenis atau spesies yang ditandai oleh bentuk tanaman, pertumbuhan tanaman, daun, bunga, buah, biji, dan ekspresi karakteristik genotipe atau kombinasi genotipe yang dapat membedakan dari jenis atau spesies yang sama oleh sekurang-kurangnya satu sifat yang menentukan dan apabila diperbanyak tidak mengalami perubahan.

a. Jangka Waktu Perlindungan Varietas Tanaman

Adapun jangka waktu perlindungan yang diberikan adalah selama 20 (dua puluh) tahun untuk tanaman semusim, dan 25 (dua puluh lima) tahun untuk tanaman tahunan. Pengertian tanaman tahunan ditujukan untuk jenis pohon-pohonan dan tanaman merambat yang masa produksinya lebih dari satu tahun, sedangkan yang lainnya disebut sebagai tanaman semusim.

b. Proses Penyelesaian Sengketa Varietas Tanaman

Proses penyelesaiannya melalui pengadilan niaga, selain itu para pihak dapat menyelesaikan perselisihan tersebut melalui arbitrase atau alternatif penyelesaian sengketa.

4. Pelaku Ekonomi

Pelaku Ekonomi Kreatif adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan aktivitas kreatif dan inovatif bersumber dari keintelektualan yang bernilai ekonomis. Pelaku Ekonomi Kreatif Pemula adalah pelaku yang melakukan aktivitas dan/atau usaha di bidang Ekonomi Kreatif paling lama 3 (tiga) tahun setelah berstatus sebagai badan hukum.

Pelaku ekonomi merupakan elemen penting yang membentuk bangunan sistem ekonomi. Bagaimana pelaku ekonomi tersebut melakukan kegiatan ekonominya, baik dalam memproduksi, alokasi (distribusi), maupun berkonsumsi akan menentukan sistem perekonomian tersebut. Berbagai kegiatan ekonomi yang melibatkan pelaku-pelaku ekonomi yang berbeda akan memunculkan pola hubungan yang memiliki sifat (karakteristik) tertentu. Aditiawan Chandra (2004: 2-3) menekankan bahwa ide paling dasar untuk mengerti dan menguasai sistem perekonomian di suatu masyarakat atau negara adalah mengelompokkan kegiatan perekonomian menurut kepentingan pelaku-pelaku utama, masing-masing:

1. Produsen atau Pengusaha, yaitu perseorangan atau kelompok perseorangan yang berkumpul secara hukum, dalam bentuk Perseroan Terbatas, CV, koperasi, atau bentuk formal lainnya, yang bertujuan untuk memproduksi barang/produk atau jasa untuk dilempar ke pasar guna memenuhi kebutuhan konsumen. Kegiatan pelaku ini disebut dengan kegiatan produksi.
2. Konsumen, yaitu perseorangan, rumah tangga atau kelompok organisasi yang memiliki kemampuan dari pendapatannya (biasa disebut dengan daya beli) dan memiliki pilihan-pilihan atau keinginan untuk memenuhi kebutuhan (human wants) mereka di pasar. Kegiatan pelaku konsumen ini disebut dengan kegiatan konsumsi.
3. Lembaga Perbankan dan Keuangan, merupakan organisasi formal, dapat juga berbentuk kelompok perseorangan, yang memiliki tujuan untuk memfasilitasi kegiatan perekonomian dengan mengumpulkan dana yang ada di masyarakat, mengelolanya dan kemudian menyalurkannya dalam bentuk pemberian pinjaman maupun produk jasa keuangan lainnya.
4. Badan Publik dan Pemerintah, dalam sistem perekonomian suatu negara Lembaga Publik dan Pemerintah berfungsi untuk menjaga kepentingan masyarakat secara umum, menjadi wasit dalam sistem perekonomian pasar, dan

mungkin juga memberikan pelayanan publik yang tidak ditangani oleh sektor swasta.

5. *CO-Branding*

Co-Branding adalah segala pemasangan dari dua merek dalam konteks pemasaran seperti periklanan produk, penempatan produk dan outlet distribusi (Leuthesser, Kohli dan Suri 2003). Kotler (2009) menyatakan bahwa *Co-Branding* adalah dimana dua merek atau lebih yang terkenal dikombinasikan dalam sebuah penawaran. Dalam pengertian yang lebih sempit Park (1996) mendefinisikan *Co-Branding* sebagai kombinasi dua merek untuk menciptakan suatu pruduk yang unik.

Tom Blacket dan Bob Boad dalam bukunya *Co-Branding : The Science Of Aaliance* menunjuk dua kriteria utama sebagai pengukur *Co Branding* yaitu : *Shared Value Creation dan Duration*, semakin lama durasi kerjasama berlangsung maka semakin tinggi kemungkinan *Shared Value tercipta*.

Merek yang merupakan bagian dari rezim Hak Kekayaan Intelektual (HKI) diatur dalam Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Definisi dari merek menurut Pasal 1 butir 1 tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nam a, 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.

Berdasarkan definisi tersebut fungsi merek adalah sebagai daya pembeda untuk membedakan pada produk dan/atau jasa yang sejenis. Merek menjadi hal yang sangat penting bagi sebuah produk. Tidak peduli skala bisnis dan eksistensi, dengan merek akan memudahkan calon konsumen untuk mengenali suatu produk tertentu. Disamping itu ada kemudahan dalam segi pemasaran.

Merek adalah identitas yang melekat pada produk tertentu. Dengan adanya merek akan meningkatkan daya saing dan sangat mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli suatu produk. Merek juga merupakan aset yang sangat bernilai bagi pelaku usaha, dan mempunyai nilai jual yang sangat tinggi bila berhasil di pasaran. Selain dengan merek juga akan mempermudah dalam aspek promosi. Promosi akan lebih mudah jika branding sudah dilakukan dengan baik. Promosi yang baik melalui strategi branding dan kemasan akan mengarahkan produk pada kesuksesan dalam penjualan.

Merek mempunyai beberapa fungsi, yaitu sebagai *badge of origin*, *a piece of personal property*, dan sebagai *cultural resource* (Patricia Loughlan, 1998:18). Merek sebagai *badge of origin*, merupakan hak penting dalam perdagangan dan memperlihatkan hubungan erat antara barang, jasa dan orang yang mempunyai merek tersebut dengan asal barang. Sedangkan *personal property*, mempunyai arti bahwa merek merupakan aset bagi pemilik merek, sehingga pemilik merek dapat menjual merek tersebut karena memiliki nilai ekonomi. Merek sebagai *cultural resource*, yaitu merek dapat dikaitkan dengan budaya suatu negara, misalnya Barbie sebuah produk boneka yang merepresentasikan budaya Amerika.

Merek harus mempunyai kriteria tertentu yaitu (Lionel Bently, Bred Sherman, 2001:760):

- a. *sign*;
- b. *which can be represented graphically; and*
- c. *which is capable to distinguishing the goods and service of one undertaking from those of undertakings.*

Jadi merek harus mempunyai suatu tanda yang merepresentasikan secara jelas seperti keadaan sebenarnya dan dapat membedakan bahwa barangnya adalah berbeda dengan benda atau jasa lainnya. Merek sebagai salah satu wujud dari kekayaan intelektual memiliki peranan penting bagi kelancaran dan peningkatan perdagangan barang dan jasa dalam kegiatan perdagangan barang dan investasi.

Merek dengan *brand image*-nya dapat memenuhi kebutuhan konsumen akan tanda pengenal atau daya pembeda yang teramat penting dan merupakan jaminan kualitas produk atau jasa dalam suasana perdagangan bebas. Oleh karena itu, merek merupakan aset individu maupun perusahaan yang dapat menghasilkan keuntungan besar, tentunya bila didayagunakan dengan memperhatikan aspek bisnis dan proses manajemen yang baik. Demikian pentingnya peranan merek ini, maka terhadapnya dilekatkan perlindungan hukum yakni sebagai objek yang terhadapnya terkait hak-hak perorangan atau badan hukum.

Sebagaimana diuraikan di atas bahwa merek mempunyai nilai ekonomis sehingga diharuskan diberikan perlindungan agar tidak dimanfaatkan oleh pihak lain tanpa izin dari pemilik merek. Secara esensial bahwa merek mempunyai fungsi sebagai identifikasi sumber bagi pihak konsumen yang menunjukan

kualitas dan asal dari barang dan jasa. Merek juga mempresentasikan itikad baik dari perusahaan dan pihak konsumen juga menyadari dengan merek akan mengurangi biaya pencarian dan sebagai kualitas dari suatu produk. Merek juga melindungi bagi pihak konsumen agar tidak terjadi kekeliruan.

Dalam lingkungan masyarakat konsumen yang kritis, dapat menciptakan brand image dari suatu perusahaan. *Brand image* tentu saja sangat berperan dalam mendongkrak volume penjualan, mempertahankan loyalitas konsumen lama, serta membangun dan/ atau mengembalikan citra positif perusahaan yang sebelumnya mungkin sempat terdistorsi (DPB Asri 2011:33).

Untuk bisa mendapatkan peluang usaha serta keberhasilan suatu merek menembus pasar diperlukan adanya strategi yang perlu disusun dan direncanakan oleh suatu perusahaan. Salah satunya adanya dengan strategi *co-branding*. Salah satu strategi pemasaran yang ada dan dikenal adalah dengan strategi *co-branding* atau sering diistilahkan dalam Bahasa Indonesia adalah Merek Bersama.

Co-branding terjadi apabila dua merek yang sudah dikenal atau lebih digabung dalam satu penawaran. *Co-branding* atau dapat disebut juga sebagai kerja sama *branding*. Tujuan dari strategi ini adalah agar merek yang satu dapat memperkuat merek yang lain sehingga dapat menarik minat konsumen untuk produk tersebut.

Strategi *co-branding* pada masa sekarang ini banyak oleh perusahaan-perusahaan yang merupakan salah satu strategi untuk meningkatkan ekuitas merek. Kerja sama *co-branding* tidak permanen dan mempunyai manfaat bagi perusahaan dalam meningkatkan pendapatan, memperluas pangsa pasar,

mempertinggi kesadaran merek. Di samping itu mempermudah konsumen untuk memperoleh jasa atau produk yang berkualitas. Strategi ini juga mempunyai resiko yang dapat diantisipasi dengan cara hati-hati dalam memilih partner.

BAB III

METODE PENELITIAN

Penelitian hukum merupakan suatu kegiatan ilmiah yang didasarkan pada metode, sistematika tertentu yang bertujuan untuk mempelajari satu atau beberapa gejala hukum tertentu dengan jalan menganalisisnya. Kecuali itu, maka juga diadakan pemeriksaan yang mendalam terhadap fakta hukum tersebut, untuk kemudian mengusahakan suatu pemecahan atas permasalahan-permasalahan yang timbul di dalam gejala yang bersangkutan (Soejono Soekanto, 2010:43)

Untuk dapat menjadikan penelitian ini terealisasi dan mempunyai bobot ilmiah, maka perlu adanya metode-metode yang berfungsi sebagai alat pencapaian tujuan. Adapun penyusunan skripsi ini menggunakan metode sebagai berikut:

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh gambaran secara mendalam tentang perlindungan kekayaan intelektual yang mendalam kepada pelaku ekonomi kreatif akan pentingnya kekayaan intelektual dengan menggunakan metode kualitatif, yaitu apa yang dinyatakan oleh responden secara tertulis atau lisan yang diteliti dan dipelajari sebagai sesuatu yang utuh. Hasil analisis tersebut kemudian dideskripsikan dan disajikan dalam bentuk skripsi. Pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Pada pendekatan ini, peneliti membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata,

laporan terinci dari pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi yang alami (Creswell, 1998:15). Bogdan dan Taylor (Moleong, 2007:3) mengemukakan bahwa metodologi kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Sementara itu Strauss dan Corbin (2003: 4), mengistilahkan bahwa penelitian kualitatif dimaksudkan sebagai jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak boleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian dengan pendekatan yuridis sosiologis (*social legal approach*) dengan pendekatan kualitatif. Pendekatan yuridis sosiologis dimaksudkan sebagai penerapan dan pengkajian hubungan aspek hukum dengan aspek non hukum dalam bekerjanya hukum di masyarakat (Soejono Soekanto 2010:53). Penelitian hukum yang sosiologis mengikuti pola penelitian ilmu-ilmu sosial khususnya sosiologi sehingga penelitian ini disebut *sociolegal research*. Penelitian hukum sosiologis atau empiris hendak mengadakan pengukuran terhadap peraturan perundang-undangan tertentu mengenai efektivitasnya, maka definisi-definisi operasional dapat diambil dari peraturan perundangundangan tersebut. Penelitian hukum yang sosiologis atau empiris yaitu dengan melakukan penelitian mengenai pelaksanaan pemerintah daerah terhadap perlindungan HKI terhadap pelaku ekonomi kreatif di kecamatan Borobudur dan kesadaran pelaku ekonomi kreatif terhadap HKI sesuai dengan peraturan perundnag-undnagn HKI.

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini terletak di Kecamatan Borobudur, Kabupaten Magelang, Jawa Tengah. Peneliti memilih lokasi ini karena peneliti tertarik dengan hasil karya inovatif yang banyak dihasilkan oleh para pelaku ekonomi kreatif di Kecamatan Borobudur. Karya-karya inovatif tersebut sangatlah berpotensi sebagai kekayaan intelektual, oleh karena itu perlu adanya perlindungan oleh pemerintah. Peneliti memilih lokasi Kecamatan Borobudur karena banyak memiliki karya inovatif yang berpotensi kekayaan intelektual.

D. Sumber Data

Pengumpulan data merupakan tindakan awal yang dilakukan sebelum melakukan analisis lebih jauh. Peneliti banyak menggali data kepustakaan atau literatur yang berkaitan dalam penulisan skripsi ini. Selain itu, peneliti juga melakukan wawancara dengan beberapa sumber. Sumber data yang dimaksud dikategorikan dalam tiga jenis sumber data, yaitu:

1. Sumber Data Primer

Sumber primer merupakan data yang diperoleh secara langsung. Adapun yang termasuk dalam sumber data primer adalah:

- a. Kitab Undang – Undang Hukum Perdata.
- b. TRIPS (*Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights*)

- c. *World Intellectual Property Organization (WIPO)*
- d. *WTO (World Trade Organization Agreement)*
- e. *Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPs Agreement)*
- f. *General Agreement on Tariffs and Trade (GATT)*
- g. UU No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta
- h. UU Desain Industri No. 31 Tahun 2000
- i. UU No.20 Tahun 2016 tentang Merek
- j. UU Nomor 13 Tahun 2016 tentang Paten
- k. UU Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang
- l. UU No. 31 Tahun 2000 tentang Desain industri
- m. UU No. 32 Tahun 2000 tentang Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu
- n. UU No.29 Tahun 2000 tentang Varietas tanaman
- o. Peraturan Presiden No. 72 Tahun 2015 tentang Ekraf.

2. Sumber Data Sekunder

Bahan yang tidak mempunyai kekuatan hukum secara yuridis meliputi buku, majalah, surat kabar, melakukan

wawancara dengan narasumber atau informan ahli di dalam bidang penelitian, yaitu :

- a. Pelaku Ekonomi Kreatif di Kecamatan Borobudur
- b. Kecamatan Borobudur
- c. Bekraf (Badan Ekonomi Kreatif) Kabupaten Magelang
- d. DISPERINDAG Kabupaten Magelang
- e. Dinas Pariwisata Kabupaten Magelang
- f. Dirjen HKI Jawa Tengah

3. Sumber Data Tersier

Bahan hukum yang dapat melengkapi sumber bagi Penulis yaitu kamus internet dan ensiklopedia hukum.

E. Teknik Pengambilan Data

1. Interview/wawancara

Wawancara dilakukan kepada para subjek penelitian secara mendalam mengenai hal-hal yang berkaitan dengan penelitian.

2. Studi Pustaka dan dokumen

Teknik pengumpulan data ini yaitu mengumpulkan dan mengkaji buku -buku literatur, serta peraturan perundang-undangan yang berlaku dan teori yang berkaitan dengan masalah yang diteliti

F. Analisis Data

Analisis data dilakukan secara deduktif dengan penelitian yang dimulai teori-teori umum, lalu berlanjut dengan observasi untuk menguji validitas keberlakuan teori tersebut. Dalam analisis

deduktif ini cara berpikir dari pernyataan yang bersifat umum ditarik kesimpulan yang bersifat khusus. Dalam penelitian ini analisis secara deduktif dikarenakan hak kekayaan intelektual yang meliputi seperti hak cipta, hak merek, hak paten, desain industr dan lain sebagainya yang bersifat umum ditarik ke pelaku ekonomi kreatif yang bersifat khusus.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

1. Perlindungan kekayaan intelektual terhadap pelaku ekonomi kreatif di Kecamatan Borobudur masih sangat kurang terbukti dari beberapa pelaku ekonomi kreatif yang belum mendaftarkan karya yang dihasilkan yang berpotensi kekayaan intelektual. Kurangnya sosialisasi pemerintah terhadap pelaku ekonomi kreatif mengenai kekayaan intelektual khususnya di Kecamatan Borobudur.
2. Kendala-kendala yang dihadapi oleh para pelaku ekonomi kreatif dalam mendaftarkan kekayaan intelektualnya diantaranya biaya yang tidak sedikit untuk mendaftarkan kekayaan intelektualnya. Disini peran pemerintah daerah sangatlah penting untuk memberikan solusi kendala biaya pendaftaran kekayaan intelektual bagi pelaku ekonomi kreatif.

B. SARAN

1. Saran bagi pemerintah daerah khususnya bagi Dinas Perdagangan Koperasi dan UMK Kabupaten Magelang agar lebih sering melakukan sosialisasi kepada para pelaku ekonomi kreatif akan pentingnya kekayaan intelektual agar karya-karya yang dihasilkan para pelaku ekonomi kreatif bisa mendapatkan perlindungan hukum supaya tidak di tiru oleh orang lain karena khususnya di Kecamatan Borobudur karya yang dihasilkan sangatlah inovatif dan potensi kekayaan intelektual. Selain itu pemerintah daerah agar tidak hanya melakukan pendampingan dalam segi merek dagang saja karena kekayaan

intelektual tidak hanya meliputi hak merek saja akan tetapi beberapa sektor lainnya juga perlu dilakukan pendampingan karena yang dihasilkan oleh pelaku ekonomi kreatif tidak hanya hak merek saja.

Akankah lebih efektif apabila Dinas Perdagangan, Koperasi dan UMK berkerjasama dengan Bekraf (Badan Ekonomi Kreatif) melakukan sosialisasi tentang kekayaan intelektual terhadap pelaku ekonomi kreatif dan dilakukan tidak hanya setahun sekali. Selain itu kuota bagi penerima bantuan biaya pendaftaran merek dari pemerintah yang dibatasi setahun hanyalah 40 (empat puluh) pendaftaran lebih di sosialisasikan.

2. Saran bagi Bekraf (Badan Ekonomi Kreatif) Kabupaten Magelang agar segera membuka deputi perlindungan kekayaan intelektual terhadap pelaku ekonomi kreatif karena selama ini peran Bekraf di Kecamatan Borobudur hanya sebatas pendataan jumlah pelaku ekonomi kreatif dan pembuatan paaguyuban perkumpulan dari beberapa pelaku ekonomi kreatif. Akan sangat disayangkan jika Bekraf tidak segera membuka deputi perlindungan kekayaan intelektual karena potensi kekayaan intelektual terhadap pelaku ekonomi kreatif karena karya-karya lokal dari Kabupaten Magelang sangatlah banyak yang memiliki potensi kekayaan intelektual.
3. Saran bagi pelaku ekonomi kreatif apabila memiliki suatu hak cipta dapat melakukan lisensi hak cipta dimana pemegang hak cipta yang selain pencipta, bisa mendapatkan Hak Cipta tersebut dari Pencipta dengan cara pengalihan hak cipta. Mengenai pemegang lisensi,

pemegang lisensi adalah pihak yang diberikan izin tertulis yang diberikan oleh pemegang hak cipta atau pemilik hak terkait untuk melaksanakan hak ekonomi atas ciptaannya. Penerima lisensi nantinya akan memberikan *royalti* kepada pemegang hak cipta atau pemilik Hak terkait selama jangka waktu lisensi. Jadi bagi para pelaku ekonomi kreatif yang ingin mendapatkan *royalty* atas ciptaannya atau pelaku ekonomi kreatif ingin menggunakan karya cipta orang lain dapat menggunakan Hak cipta yang dapat dilisensi sebagai solusi.

4. Saran bagi pelaku ekonomi kreatif solusi waralaba bagi pelaku ekonomi kreatif dalam rangka memasarkan barang dan atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan atau digunakan oleh pihak berdasarkan perjanjian waralaba. Para pelaku ekonomi kreatif bisa menggunakan waralaba sebagai solusi usahanya agar mendapatkan hasil yang lebih. Salah satunya pelaku ekonomi kreatif melakukan waralaba terhadap merek yang terkenal untuk mendongkrak hasil karya pelaku ekonomi kreatif khususnya di Kecamatan Borobudur. Misalnya para pelaku ekonomi kreatif melakukan waralaba dengan merek atau pusat oleh-oleh terkenal agar karyanya memiliki merek.
5. Saran bagi pemerintah daerah dalam hal ini Dinas Perdagangan, Koperasi dan UKM Kabupaten Magelang dan Bekraf (Badan Ekonomi Kreatif) Kabupaten Magelang melakukan *Co-branding* dimana berdasarkan hasil penelitian banyak pelaku ekonomi kreatif yang menghasilkan suatu karya yang inovatif dan banyak para pelaku

ekonomi kreatif yang memiliki potensi merek dagang akan tetapi para pelaku ekonomi kreatif tidak mendaftarkannya. Dengan menggunakan strategi *co-branding* atau sering diistilahkan dalam Bahasa Indonesia adalah Merek Bersama. *Co-branding* terjadi apabila dua merek yang sudah dikenal atau lebih digabung dalam satu penawaran. *Co-branding* atau dapat disebut juga sebagai kerja sama branding. Tujuan dari strategi ini adalah agar merek yang satu dapat memperkuat merek yang lain sehingga dapat menarik minat konsumen untuk produk tersebut. Strategi *co-branding* pada masa sekarang ini banyak oleh perusahaanperusahaan yang merupakan salah satu strategi untuk meningkatkan ekuitas merek.

DAFTAR PUSTAKA

Buku-buku :

- Rongiyati S. 2017. *Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual Pada Produk Ekonomi Kreatif*. Executive Summary Penelitian Individu
- Rochmat Aldy Purnomo, M.Si. 2016. *Ekonomi kreatif Pilar Pembangunan Indonesia* Nulisbuku.com
- Soerjono Soekanto. 2010. *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta: UI Press
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta
- Mr.N.E.Algra,et.al, Mula Hukum. 1983. Cetakan Pertama, Jakarta: Bina Cipta
- Djumhana dan R. Djubaedilah IV. 2003. *Hak Milik Intelektual*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- Philipus M. Hadjon. 1987. *Perlindungan Bagi Rakyat di Indonesia*, Surabaya: PT.Bina Ilmu. hlm 1-2
- Abdulkadir Muhammad, 2007 *Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*, PT. Citra Aditya Bandung,. hlm.1
- I Gusti Bagus Arjana, 2016 *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif* (jakarta:ajawali Pres) hal 227
- Abdulkadir Muhammad, 2001, *Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual (Suatu Pengantar)*, Alumni, Bandung, hlm.144.
- Maria Elka Pangestu, 2008 *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*,(Jakarta: Departemen Perdagangan RI 2008) hal 1
- Tomi Suryo Utomo, 2009 *Hak Kekayaan intelektual Di Era Global, Sebuah Kajian Kontemporer*, Graha Ilmu,hlm.15Yogyakarta
- Bambang Kesowo, *Posisi dan Arti Penting HaKI dalam Perdagangan Internasional*, halaman 3

Djumhana dan R. Djubaedilah IV, 2013 *Hak Milik Intelektual*, Cetakan Kedua, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, hlm.21-22

Patricia Loughlan, 1998, *Intellectual Property: Creative and Marketing Rights*, Sydney, hlm. 18.

Creswell, J. W. (1998). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five traditions*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Strauss, Anselm dan Juliet Corbin. 2003. *Dasar-dasar Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: pustaka Pelajar.

Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*: Bandung: Rosdakarya.

Robert M. Sherwood, *Intellectual Property and Economic Development: Westview Special Studies in Science Technology and Public Policy*, Westview Press inc, San Fransisco, 1990, hlm. 39.

Muhammad Djumhana dan R. Djubaedillah, *Hak Milik Intelektual (Sejarah Teori dan Praktiknya di Indonesia)*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2014, hlm. 59

Patricia Loughlan, 1998, *Intellectual Property: Creative and Marketing Rights*, Sydney, hlm. 18.

Peraturan Perndnag-Undnag

TRIPS (*Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights*)
World Intellectual Property Organization (WIPO), WTO (*World Trade Organization Agreement*)

Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPs Agreement)

General Agreement on Tariffs and Trade (GATT)

Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta

Undang-Undang Desain Industri No. 31 Tahun 2000

Undang-UndnagNo.20 Tahun 2016 tentang Merek

Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2016 tentang Paten

Undnag-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang

Undnag-Undnag No. 31 Tahun 2000 tentang Desain industri

Undnag-Undnag No. 32 Tahun 2000 tentang Desain Tata Letak Sirkuit

Terpadu

Undnag-Undnag No.29 Tahun 2000 tentang Varietas tanaman
Peraturan Presiden No. 72 Tahun 2015 tentang Ekraf

Jurnal

Sulasi Rongiyati, 2018 “Perlindungan Hukum Hak Kekayaan Intelektual Pada Produk Ekonomi Kreatif” Negara Hukum Vol. 9 No.1 hlm.39-58.

Purwaningsih E. 2010 “Pengembangan Ekonomi Kreatif Desa Wisata Candirejo” Jantra. Vol.5, No.9 hlm.785

Sumar'in, Andiono, dan Yuliansyah. 2017 “*Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Wisata Budaya: Studi Kasus pada Pengrajin Tenun di Kabupaten Sambas*” Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan Vol.6,No.1:hm.2)

Sulasi Rongiyati.2017. *Perlindungan Hukum Kekayaan Intelektual Pada Produk Ekonomi Kreatif Protection Of The Intellectual Poperty Rights On Creative Econimic Products* Negara Hukum Vol.9 No.1 hlm. 55-56

Prisly Slovenia Sipir. 2018.*Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual Terhadap Pelaku Ekonomi Kreatif Di Sulawesi Utara Berdasarkan Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta Lex Privatum* Vol. VI/No. 2/April/2018 hlm.75

Muhammad Fahmi Rois, Kholis Roisah. 2018. *Perlindungan Hukum Kekayaan Intelektual Kerajinan Kuningan Tumang Intellectual Property Law Protections On Brass Tumang* Vol. 20, No. 3 hlm.417

Lidya Shery Muis, Ari Purwadi, Dwi Tatak Subagiyo , 2017 “*Perlindungan Hukum Hak Cipta Fesyen Terhadap Ekonomi Kreatif Dalam Masyarakat Ekonomi ASEAN*” Volume 22 No. 2 hlm.159

Agus Sardjono, Brian Amy Prastyo, dan Desrezka Gunti Larasati, 2013 “*Pelaksanaan Perlindungan Hukum Merek untuk Pengusaha UKM Batik di Pekalongan, Surakarta, dan Yogyakarta*”, Jurnal Hukum dan Pembangunan, Tahun ke-44 No.4hal. 496-518.

Sufiarina Jurnal *Hak Prioritas Dan Hak Eksklusif Dalam Perlindungan HKI* Hukum Vol. 3 No.2 hlm274-275

Faisal Afiff *Pilar-Pilar Ekonomi Kreatif* BINUS University. Rangkaian Kolom Kluster I, 2012 hal 3-5

Zulvia Makka, *Aspek Hak Ekonomi Dan Hak Moral Dalam Hak Cipta*, Jurnal Akta Yudisia - Volume I No. 1 - Februari 2016.

Lionel Bently, Bred Sherman, 2001, *Intellectual Property Law*, Oxford University Press, New York, hlm. 760.

DPB Asri, 2011, *Relevansi Antara Pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) dengan Keberlanjutan Perusahaan*, Jurnal Cakrawala Hukum, Vol. 2, hlm. 33.