

Karta Jayadi

Dian Cahyadi

# PENGETAHUAN HKI:



Tata Letak Sirkuit Terpadu

Desain Industri

Rahasia Dagang

merek

Paten

Hak Cipta

Sebuah Pengantar  
**memahami HKI**  
dalam Desain



REPUBLIK INDONESIA  
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA

SURAT PENDAFTARAN CIPTAAN



Penerbit

Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni dan Desain  
Universitas Negeri Makassar

2015

Kontributor :  
Mahasiswa DKV  
UNM\_FSD\_2014

I. Nomor dan tanggal permohonan : C00201200828, 21 Februari 2012

II. Pencipta : Amirul

# Buku hak kekayaan intelektual

**B**erawal dari kumpulan buku pedoman Dirjen Hak Kekayaan intelektual dan kumpulan materi dari internet, serta penjelasan dari dosen, penulis mencari dan mengumpulkan materi sehingga jadilah buku ini.

Buku ini membahas tentang Hak Kekayaan intelektual, yang berisikan tentang hak cipta, hak paten, hak merek, rahasia dagang, desain industri, tata letak sirkuit terpadu dan indikasi geografis dengan model point- point sehingga mudah dan asyik dibaca buku ini bagus di pelajari bagi mahasiswa serta seseorang yang ingin tahu tentang HKI.

selamat  
membaca



Penerbit : Deskomvis FSD UNM Press  
Alamat : Jln. Malengkeri - Parang Tambung, Makassar.  
E-mail : Deskomvisfisdunm@gmail.com

Judul Buku : 'Pengetahuan HKI: Sebuah Pengantar Memahami HKI dalam Desain'

Penulis : Karta Jayadi & Dian Cahyadi

ISBN : 978-602-72101-0-3

Editor:

Kordinator : Gibran Shadiq

Penyunting &

Desain Sampul : Amirul Mu'minin

Desain Lay Out : Jaisyul Usra

Editor Bab 1 : Imesh Juannisa Qoryna

Editor Bab 2 : Leony Amelia Maramis

Editor Bab 3 : Amirul Mu'minin

Editor Bab 4 : Ridha Maulana dan Muh. Ramadhan

Editor Bab 5 : Haerani Hr

Editor Bab 6 : Reynaldi dan Reski Nurrahmadani

Editor Bab 7 : Reny Suheni dan Sri Indah Lestari

Editor Bab 8 : Fakhrunisa dan Adil Wahyudi

Editor Bab 9 : Husnul Khatima R. dan Nurul Azimah

Reviewer : Riski Irfansyah, dan Firman Haris

Penyedia Alat : Jaisyul Usra, Vina Angraina, Astuti R.

Kontributor : Risnawati, Muhammad Ajis, M. Nur Khalil Amir, Muh. Yusuf Halim Putra, Dewi Reski Yusria, Infantri Dwi Putra, Sri Indah Lestari, Zul IIman Maulana, Angga Tri Priyatno, Adil Muhammad, Almi Ainun ••• • Safitri, Asriani, Firdaus, Imam Fadli, Hendra, Irgi Widyarma, Muh. Iqbal Ardiansyah, Zulkifli M., Muh. Syukur, Ahmad Ade Nugraha, Fajar Himawan, Muhammad Azham Subhan, Muhammad Imam Imanulah, Imam Fadli, Arsyad Hidayat, Indah Permata Sari, Hafis, Zakiyah, Muh. Dinul Haq, Guntur Alif Utama, Hasbi Amal, Muh. Nurul Halil Amir, Nawir, Wahyu Dinda Hidayat, Shintia Winarti •••• • Oktavia.

Penerbit : Program Studi Desain Komunikasi Visual  
Fakultas Seni dan Desain  
Universitas Negeri Makassar

Alamat : Jln. Daeng Tata, Parangtambung,  
Kota Makassar, Sulawesi-Selatan – 90224

Email : deskomvisfsdunm@gmail.com

Cetakan Pertama••: Januari 2015

Hak cipta dilindungi undang-undang. Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara apapun tanpa ijin tertulis dari penerbit.

## PENGANTAR

Buku ini lahir sebagai jawaban atas perlunya pemahaman terhadap perlindungan Hak atas Kekayaan Intelektual (HKI), terutama yang terkait dengan hasil karya Desain. Meskipun hanya merupakan sebuah pengantar, namun diharapkan akan memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai berbagai hal terkait HKI. Sebagaimana diketahui bahwa di era sekarang ini, industri kreatif tumbuh dimana-mana tidak terkecuali produk desain, yang sesungguhnya menuntut perlindungan akan kepemilikan hasil karya secara formal. Pada titik inilah perlunya pemahaman mengenai HKI sebagai antisipasi dari kemungkinan penyalahgunaan atau pemanfaatan yang tidak berhak dari ide-ide kreatif yang dihasilkan, meskipun hasil karya tersebut belum pada posisi yang bernilai saat itu.

Memasuki millennium baru, HKI menjadi isu penting dalam berbagai forum, baik dalam forum nasional, regional maupun internasional. Hal ini terkait dengan munculnya berbagai pelanggaran yang merugikan secara ide maupun materi terhadap pemilik hak dan wewenang pencipta maupun pemegang hak cipta. Jika dikaitkan dengan produk Desain, maka hal ini akan jauh lebih rumit dan variatif karena konsep dan nilai karya desain tidak hanya berfokus pada produk akhirnya, tetapi mulai dari perencanaan, proses, bahan, ukuran, warna, produk bahkan kegunaannya menjadi bagian yang rentan terhadap pencurian ide, sehingga secara konseptual, sesungguhnya sudah berada pada tahap awal potensi penyalahgunaan.

Karena itu, buku ini diharapkan dapat memberikan dasar-dasar pemahaman akan HKI bagi upaya melindungi ide dan karya kreatif khususnya di bidang desain. Buku ini jauh dari sempurna dan senantiasa terbuka untuk mengadaptasi perkembangan terkini dengan membuka diri dari kritik dan saran yang kondusif demi kemajuan ilmu pengetahuan, teknologi, seni dan desain.

Selamat membaca.

Tim penulis

Makassar, Januari 2015

## DAFTAR ISI

Kata Pengantar	i
Daftar Isi	ii
BAB I Pengertian Hak Kekayaan Intelektual	1
BAB II Sejarah Hak Kekayaan Intelektual	50
BAB III Klausul Kontrak	56
BAB IV Eksklusif Paten	62
BAB V Hak Kekayaan Intelektual- Ekonomi Kreatif	75
BAB VI Isu-Isu Seputar Hki Dalam Desain	91
BAB VII Kasus Pelanggaran Hak Cipta, Paten, & Merek	103
BAB VIII Logika penilaian dalam kasus HKI	122
BAB IX Kreativitas Pelanggaran HKI	131
BAB X Resume Inti Sari Materi Kuliah Hki	138

## BAB I PENGERTIAN HKI

### A. APA ITU HaKI ?

*Disarikan dari buku pedoman "Hak Kekayaan Intelektual"*

Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dapat didefinisikan sebagai suatu perlindungan hukum yang diberikan oleh Negara kepada seseorang dan atau sekelompok orang ataupun badan yang ide dan gagasannya telah dituangkan ke dalam bentuk suatu karya cipta (berwujud). Karya Cipta yang telah berwujud tersebut merupakan suatu hak individu dan atau kelompok yang perlu dilindungi secara hukum, apabila suatu temuan (inovasi) tersebut didaftarkan sesuai dengan persyaratan yang ada.

Karya cipta yang berwujud dalam cakupan kekayaan intelektual yang dapat didaftarkan untuk perlindungan hukum yaitu seperti karya kesusastraan, artistik, ilmu pengetahuan (scientific), pertunjukan, kaset, penyiaran audio visual, penemuan ilmiah, desain industri, merek dagang, nama usaha, dll.

HaKI juga merupakan suatu hak kekayaan yang berada dalam ruang lingkup kehidupan teknologi, ilmu pengetahuan, maupun seni dan sastra. Pemilikannya bukan terhadap barangnya melainkan terhadap hasil kemampuan intelektual manusianya dan berwujud. Jadi HaKI melindungi pemakaian ide, gagasan dan informasi yang mempunyai nilai komersial atau nilai ekonomi.

Hak kekayaan intelektual Mempunyai Jangka Waktu Tertentu atau Terbatas Apabila telah habis masa perlindungannya ciptaan atau penemuan tersebut akan menjadi milik umum, tetapi ada pula yang setelah habis masa perlindungannya dapat diperpanjang lagi, misalnya hak merek.

Bersifat Eksklusif dan Mutlak HKI yang bersifat eksklusif dan mutlak ini maksudnya hak tersebut dapat dipertahankan terhadap siapapun. Pemilik hak dapat menuntut terhadap pelanggaran yang dilakukan oleh siapapun. Pemilik atau pemegang HaKI mempunyai suatu hak monopoli, yaitu pemilik atau pemegang hak dapat mempergunakan haknya dengan melarang siapapun tanpa persetujuannya untuk membuat ciptaan atau temuan ataupun menggunakannya.

## B. JENIS – JENIS HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL

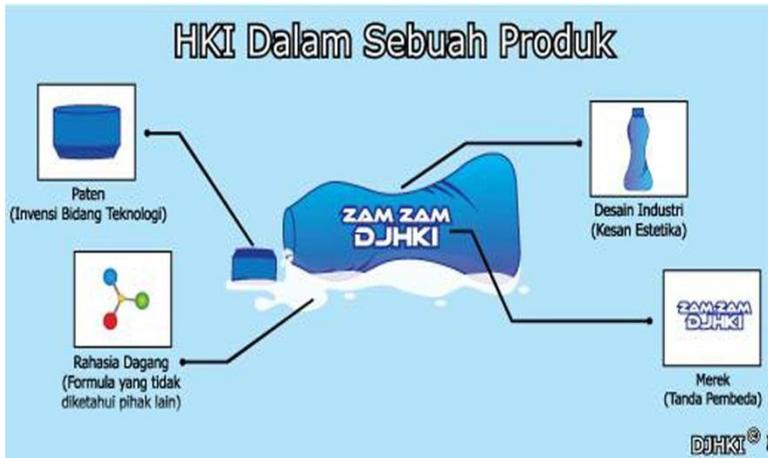
1. Hak Cipta (Copyrights)
2. Hak Kekayaan Industri
  - a. Paten (Patent)
  - b. Merek (Trademark)
  - c. Rahasia Dagang (Trade Secrets)
  - d. Desain Industri (Industrial Design)
  - e. Tata Letak Sirkuit Terpadu (Circuit Layout)
  - f. Indikasi geografis

## C. PENGATURAN HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL

1. Hak Cipta (Copyrights) UU No. 19 tahun 2002 tentang Hak Cipta.
2. Hak Paten (Patent) UU No. 14 tahun 2001 tentang Paten
3. Hak Merek (Trademark) UU No. 15 tahun 2001 tentang Merek
4. Rahasia Dagang (Trade Secrets) UU No. 30 tahun 2000 tentang Rahasia Dagang
5. Desain Industri (Industrial Design) UU No. 31 tahun 2000 tentang Desain Industri
6. Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu (Circuit Layout) UU No. 32 tahun 2000 tentang Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu
7. Perlindungan Varietas Tanaman (Plant Variety) UU No. 29 tahun 2000 tentang Perlindungan Varietas Tanaman.

Berikut adalah penjelasan lebih lanjut mengenai HKI:

## 1. HKI DALAM SEBUAH PRODUK



Gambar 1.1 Sumber: E-tutorial DirJen HKI

Dalam suatu produk, berisikan tentang hak merek berupa “ZAM ZAM DJHKI”, ada juga hak paten yaitu invensi dibidang teknologi seperti teknologi pembuatannya, terdapat desain industri didalamnya berupa desain botol, dan terdapat rahasia dagang yaitu isi dari produk tersebut berupa formula atau rumus khusus yang tidak diketahui oleh orang lain, nah oleh sebab itu, kita akan mempelajari lebih lanjut mengenai arti hak-hak apasaja pada hakcipta.

## 2. HAK CIPTA

Hak Cipta adalah hak khusus bagi pencipta maupun penerima hak untuk mengumumkan atau memperbanyak ciptaannya maupun memberi izin untuk itu dengan tidak mengurangi pembatasan-pembatasan menurut Peraturan Perundang-undangan yang berlaku.

- Pemegang Hak Cipta

Pemegang Hak Cipta adalah pencipta sebagai pemilik Hak Cipta atau orang yang menerima hak tersebut dari si pencipta.

- Pengertian Ciptaan

Ciptaan adalah hasil setiap karya pencipta dalam bentuk yang khas dan mempunyai nilai keaslian dalam bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra.

- Pendaftaran Ciptaan untuk Memperoleh Perlindungan Hak Cipta Pendaftaran ciptaan tidak merupakan suatu kewajiban untuk mendapatkan Hak Cipta.

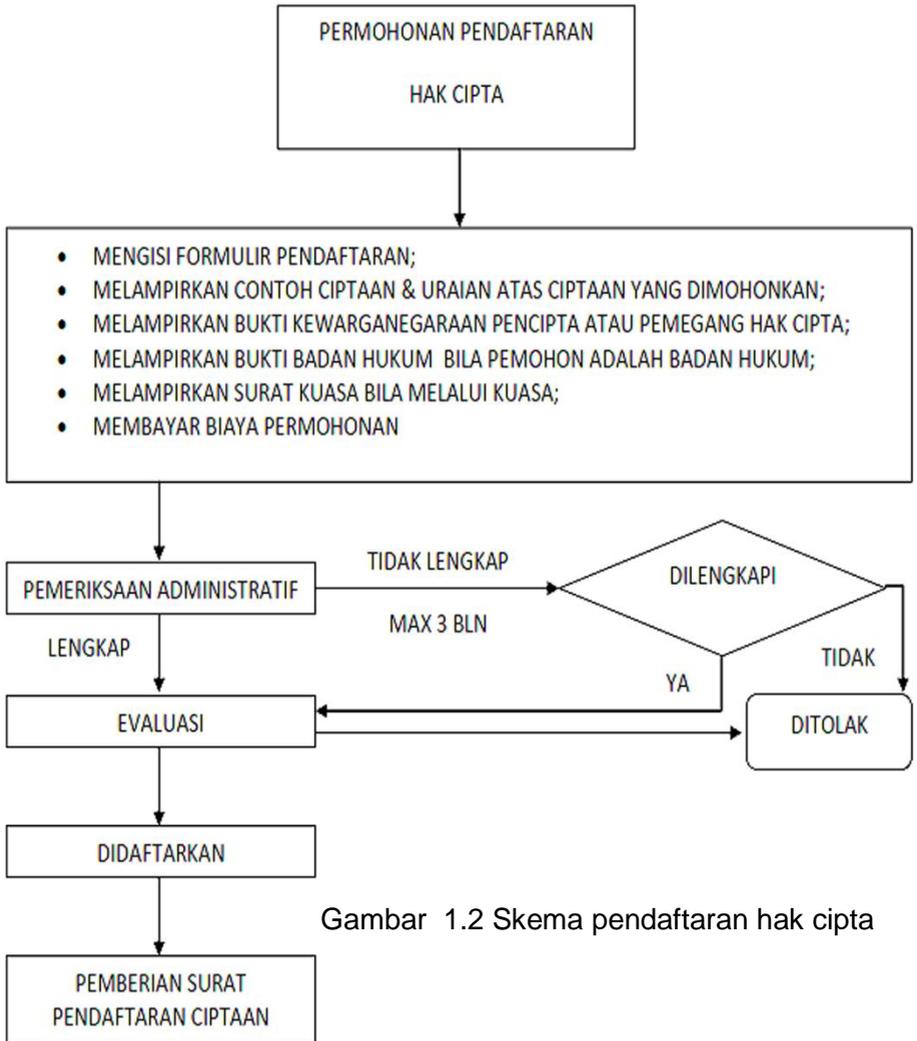
Untuk lebih baiknya dianjurkan pada Pencipta maupun Pemegang Hak Cipta untuk mendaftarkan ciptaannya, karena Surat Pendaftaran Ciptaan tersebut dapat dijadikan sebagai alat bukti awal di pengadilan, apabila timbul sengketa di kemudian hari terhadap ciptaan tersebut.

**A. KARYA CIPTA YANG DILINDUNGI**

- a. Buku, program komputer, pamflet, perwajahan (lay out) karya tulis yang diterbitkan dan semua hasil karya tulis lain.
- b. Ceramah, kuliah, pidato dan ciptaan lain yang diwujudkan dengan cara diucapkan.
- c. Alat peraga yang dibuat untuk kepentingan pendidikan dan ilmu pengetahuan.
- d. Ciptaan lagu atau musik dengan atau tanpa teks.
- e. Drama, drama musikal, tari, koreografi, pewayangan, pantomim.
- f. Seni rupa dengan segala bentuk seperti seni lukis, gambar, seni ukir, seni kaligrafi, seni pahat, seni patung, kolase dan seni terapan.
- g. Arsitektur
- h. Peta
- i. Seni Batik
- j. Fotografi
- k. Sinematografi
- l. Terjemahan, tafsir, saduran, bunga rampai, database dan karya lain dari hasil pengalihwujudan.

 Yang Tidak Dapat Didaftarkan untuk Memperoleh Hak Cipta

- a. Ciptaan di luar bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra.
- b. Ciptaan yang tidak orisinal.
- c. Ciptaan yang tidak diwujudkan dalam suatu bentuk yang nyata.
- d. Ciptaan yang sudah merupakan milik umum.
- e. Ketentuan yang diatur dalam pasal 13 UU tentang Hak Cipta (UUHC).

**B. PROSEDUR PENDAFTARAN HAK CIPTA**

Gambar 1.2 Skema pendaftaran hak cipta

Sumber: Prof. Dr. H. Sumarto, MSIE buku manajemen HKI, hal 21

### C. JANGKA WAKTU PERLINDUNGAN HAK CIPTA

Perlindungan atas suatu ciptaan berlaku selama pencipta hidup dan ditambah 50 tahun setelah pencipta meninggal dunia.

Jika pencipta lebih dari 1 orang, maka hak tersebut diberikan selama hidup ditambah 50 tahun pencipta terakhir meninggal dunia. Hak Cipta atas ciptaan program komputer, sinematografi, fotografi, database dan karya hasil pengalihwujudan berlaku selama 50 tahun sejak pertama kali diumumkan.

### 2. HAK PATEN

Paten adalah hak khusus yang diberikan Negara kepada penemu atas hasil penemuannya di bidang teknologi, untuk lama waktu tertentu melaksanakan sendiri penemuannya tersebut atau memberikan persetujuannya kepada orang lain untuk melaksanakan-nya (Pasal 1 ayat 1 UU tentang Paten).

Inventor adalah seorang yang secara sendiri atau beberapa orang yang secara bersama-sama melaksanakan ide yang dituangkan ke dalam kegiatan yang menghasilkan invensi (temuan).

Pemegang paten 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.

Yang Harus Diperhatikan untuk Dihindari Sebelum Mengajukan Paten Yang harus dihindari sebelum permintaan Paten diajukan adalah pengungkapan atau mempublikasikan secara umum hasil penelitian atau penemuan dalam jangka waktu lebih dari 6 (enam) bulan sebelum permintaan paten diajukan.

Pengungkapan suatu hasil penelitian atau penemuan dapat terjadi dalam 3 (tiga) cara :

1. Melalui penguraian teknik dengan tulisan yang dipublikasikan.
2. Melalui penguraian produk dan atau cara penggunaannya di depan umum.
3. Melalui pameran produk, dapat berupa suatu pameran internasional di

Indonesia atau di luar negeri yang resmi atau diakui sebagai resmi atau berupa suatu pameran nasional di Indonesia yang resmi atau diakui sebagai resmi.

## A. SISTEM PENDAFTARAN PATEN

Ada 2 macam sistem pendaftaran paten, yaitu :

1. Sistem First to File adalah suatu sistem yang memberikan hak paten bagi mereka yang mendaftarkan pertama atas invensi baru sesuai dengan persyaratan.
2. Sistem First to Invent adalah suatu system yang memberikan hak paten bagi mereka yang menemukan inovasi pertama kali sesuai dengan persyaratan yang telah ditentukan “Indonesia menggunakan sistem First To File”

## B. PERBEDAAN ANTARA PATEN BIASA & SEDERHANA

Perbedaan Antara Paten Biasa dan Paten Sederhana No Uraian Paten Paten Sederhana

1. Yang diperiksa Kebaruan (novelty), langkah inventif, dapat diterapkan dalam industri Kebaruan (novelty).
2. Masa Berlaku 20 tahun, terhitung sejak penerimaan permintaan paten 10 tahun, terhitung sejak tanggal pemberian paten.
3. Jumlah Klaim 1 (satu) atau lebih dari satu 1 (satu)

Penemuan Yang Tidak Dapat Dipatenkan Yang tidak dapat diberikan perlindungan paten adalah (UU Paten, pasal 7) :

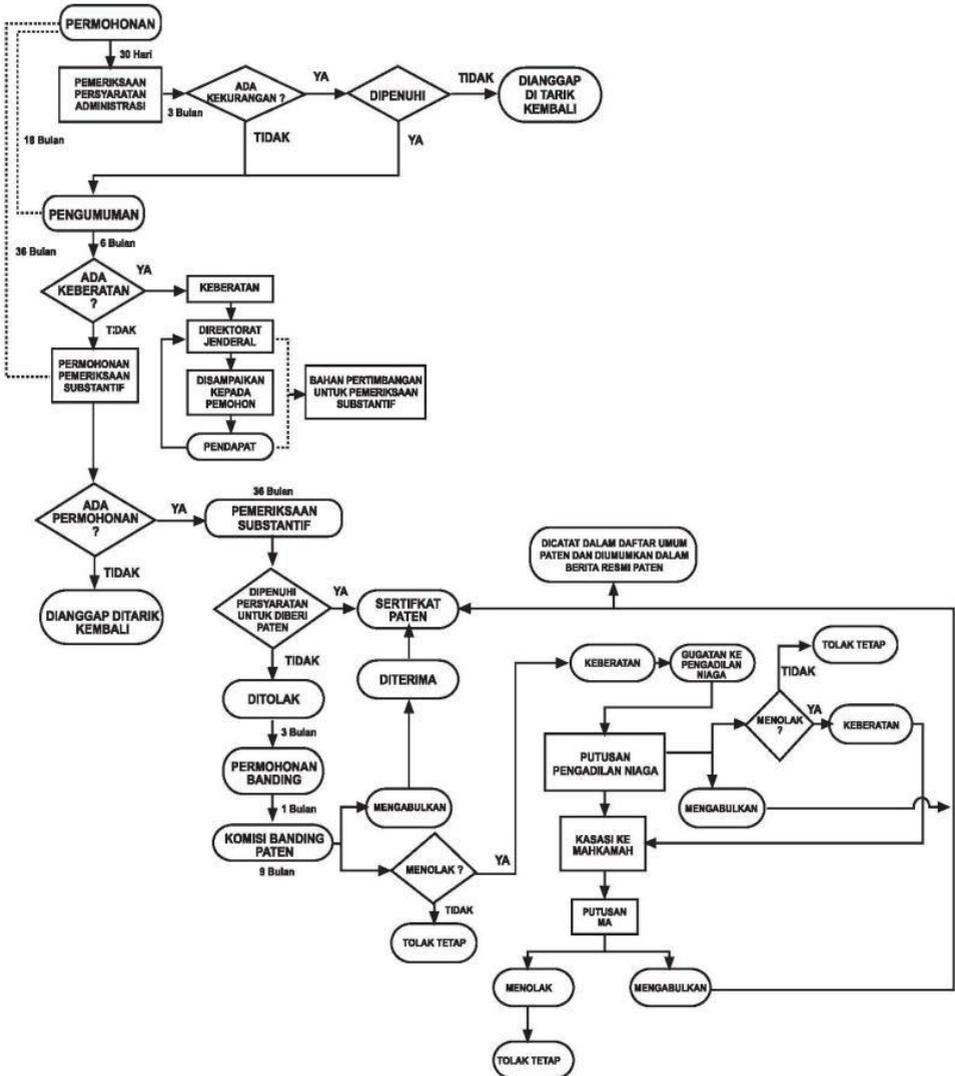
1. Proses atau produk yang pengumuman dan penggunaan atau pelaksanaannya bertentangan dengan Peraturan Perundang-undangan yang berlaku, moralitas agama, ketertiban umum atau kesusilaan. Contoh : Bahan peledak
2. Metode pemeriksaan, perawatan, pengobatan dan/atau pembedahan yang diterapkan terhadap manusia dan/atau hewan.
3. Teori dan metode di bidang ilmu pengetahuan dan matematika.
4. Semua makhluk hidup, kecuali jasad renik. Proses biologis yang esensial untuk memproduksi tanaman atau hewan, kecuali proses mikrobiologis.

### C. MENGAJUKAN PATEN

✚ Yang Harus Dilakukan Sebelum Mengajukan Paten

1. Melakukan penelusuran (searching) informasi paten di beberapa Website, antara lain :
  - <http://www.dgip.go.id>
  - <http://www.uspto.gov>
  - <http://www.jpo.gov>
  - <http://www.epo.gov>
2. Melakukan analisa, apakah ada ciri khusus dari invensi yang akan diajukan untuk mendapat perlindungan hak paten dibandingkan dengan invensi terdahulu.
3. Mengambil keputusan, jika invensi tersebut ternyata memang ada nilai kebaruan dari pada invensi terdahulu, maka sebaiknya diajukan untuk mendapat perlindungan hak paten dan jika tidak seyogyanya tidak perlu diajukan untuk menghindari kerugian biaya pendaftaran paten.

D. SKEMA PENDAFTARAN HAK PATEN



Sumber: Prof. Dr. H. Sumarto, MSIE, buku manajemen HKI, hal 25

## 5. MEREK (TRADEMARK)

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 dan jasa.

Di sebagian negara, slogan iklan juga dianggap sebagai merek dan dapat didaftarkan pada Kantor HKI. Jumlah negara yang membuka kemungkinan untuk pendaftaran bentuk-bentuk merek yang kurang biasa didaftarkan seperti warna tunggal, tanda tiga dimensi (bentuk produk atau kemasan), tanda-tanda yang dapat didengar (bunyi) atau tanda olfactory (bau). Namun demikian, sebagian besar negara telah menentukan batasan-batasan mengenai hal apa saja yang dapat didaftarkan sebagai sebuah merek, secara umum adalah untuk tanda-tanda yang memang secara visual dapat dirasakan atau yang dapat ditunjukkan dengan gambar atau tulisan.

### A. CONTOH MEREK

contoh merek/ logo yang terdiri atas tulisan:



*Sumber: Kamil Idris, Membuat Sebuah Merek, hal 3, diakses pada 2 Januari 2015 pukul 21:00 pm.*

- ✚ contoh merek memakai logo:



*Penguin book limited.*

- ✚ contoh merek kombinasi huruf dan logo



*1986 WWF-World Wide Fund for Nature (sebelumnya World Wildlife Fund)© WWF registered Trademark Owner.*

- ✚ Contoh Merek tiga dimensi (bentuk dari produk):



*Toblerone® adalah merek terdaftar dari the Kraft Foods Group ©1986.*

*Sumber image : Kamil Idris, Membuat Sebuah Merek, hal 3, diakses pada 2 januari 2015 pukul 21:00 pm.*

## B. APA MANFAAT MEREK?

Fungsi utama dari sebuah merek adalah agar konsumen dapat mencirikan suatu produk (baik itu barang maupun jasa) yang dimiliki oleh perusahaan sehingga dapat dibedakan dari produk perusahaan lain yang serupa atau yang mirip yang dimiliki oleh pesaingnya. Konsumen yang merasa puas dengan suatu produk tertentu akan membeli atau memakai kembali produk tersebut di masa yang akan datang. Untuk dapat melakukan hal tersebut pemakai harus mampu membedakan dengan mudah antarproduk yang asli dengan produk-produk yang identik atau yang mirip.

Untuk memungkinkan satu perusahaan dapat membedakan dirinya dan produk yang dimiliki terhadap apa yang dimiliki oleh para pesaingnya, maka merek menjadi peran penting dalam pencitraan dan strategi pemasaran perusahaan, pemberian kontribusi terhadap citra, dan reputasi terhadap produk dari sebuah perusahaan di mata konsumen. Citra dan reputasi perusahaan untuk menciptakan kepercayaan merupakan dasar untuk mendapatkan pembeli yang setia dan meningkatkan nama baik perusahaan. Konsumen sering memakai faktor emosional pada merek tertentu, berdasarkan kualitas yang diinginkan atau fitur-fitur yang terwujud dalam produk-produk yang dimiliki merek tersebut.

Merek juga dapat menjadi nilai tambah bagi perusahaan untuk berinvestasi dalam memelihara dan meningkatkan kualitas produk yang mereka miliki guna menjamin bahwa merek produk yang mereka miliki memiliki reputasi yang baik.

### **C. MENGAPA MEREK HARUS DILINDUNGI?**

Walaupun sebagian besar pelaku bisnis menyadari pentingnya penggunaan merek untuk membedakan produk yang mereka miliki dengan produk para pesaing mereka, tapi tidak semua dari mereka yang menyadari mengenai pentingnya perlindungan merek melalui pendaftaran.

Pendaftaran, menurut UU Merek memberikan hak eksklusif kepada perusahaan pemilik merek guna mencegah pihak-pihak lain untuk memasarkan produk-produk yang identik atau mirip dengan merek yang dimiliki oleh perusahaan bersangkutan dengan menggunakan merek yang sama atau merek yang dapat membingungkan konsumen.

Tanpa adanya pendaftaran merek, investasi yang dimiliki dalam memasarkan sebuah produk dapat menjadi sesuatu yang sia-sia karena perusahaan pesaing dapat memanfaatkan merek yang sama atau merek yang mirip tersebut untuk membuat atau memasarkan produk yang identik atau produk yang mirip. Jika seorang pesaing menggunakan merek yang identik atau mirip, pelanggan dapat menjadi bingung sehingga membeli produk pesaingnya tersebut yang dikiranya produk dari perusahaan sebenarnya.

Hal ini tidak saja mengurangi keuntungan perusahaan dan membuat bingung pelanggannya, tetapi dapat juga merusak reputasi dan citra perusahaan yang bersangkutan, khususnya jika produk pesaing kualitasnya lebih rendah.

Mengingat nilai dari merek dan peran yang dimiliki oleh sebuah merek dalam menentukan suksesnya sebuah produk di pasar, maka perlu dipastikan bahwa merek tersebut sudah terdaftar, guna mendapat perlindungan dalam pasar yang bersangkutan.

#### D. NILAI SEBUAH MEREK



*Sumber image : Kamil Idris, Membuat Sebuah Merek, Hal 4, diakses pada 2 januari 2015 pukul 21:00 pm.*

Merek yang tepat dan dipilih secara hati-hati merupakan aset bisnis yang berharga untuk sebagian besar perusahaan. Sementara untuk sebagian perusahaan lainnya merek merupakan aset yang sangat berharga yang mereka miliki. Perkiraan nilai dari merek-merek terkenal di dunia seperti Coca-Cola atau IBM melebihi 50 milyar dollar masing-masingnya. Hal ini karena konsumen menilai merek, reputasi, citranya dan serentetan kualitas-kualitas yang konsumen inginkan yang berhubungan dengan merek, dan mereka mau membayar lebih untuk produk dengan merek tersebut yang mereka akui dan yang dapat memenuhi harapan mereka. Oleh karena itu, memiliki sebuah merek dengan citra dan reputasi yang baik menjadikan sebuah perusahaan lebih kompetitif.

## E. CARA MELINDUNGI MEREK

Bagaimana caranya melindungi merek? Perlindungan merek dapat diperoleh melalui pendaftaran, atau di beberapa negara juga melalui pemanfaatan merek tersebut. Bahkan jika sebuah merek dapat dilindungi melalui pemanfaatannya maka sangat disarankan untuk mendaftarkan merek dengan menagajukan permohonan pada kantor HaKI setempat (beberapa kantor HaKI memiliki formulir pendaftaran secara online). Pendaftaran merek akan memberikan perlindungan yang lebih kuat, khususnya jika bertentangan dengan merek yang identik atau yang mirip. Pelayanan yang diberikan oleh konsultan HaKI akan sangat bermanfaat (dan kadang-kadang merupakan suatu hal yang diwajibkan) untuk mendaftarkan sebuah merek.

## F. SIAPA YANG DAPAT MENDAFTARKAN HAK MEREK?

- ✚ Yang Dapat Mendaftarkan Merek :
  1. Perorangan
  2. Beberapa Orang (pemilikan bersama)
  3. Badan Hukum

## G. TAHAP-TAHAP PENDAFTARAN MEREK

Pemohon, Sebagai langkah pertama, pemohon harus mengirimkan atau menyerahkan formulir pendaftaran merek yang isinya sudah dilengkapi, yang mencakup keterangan kontak perusahaan yang dimiliki, ilustrasi gambar merek yang dimiliki (bentuk yang spesifik harus diberikan), deskripsi dari produk barang dan jasa dan/atau kelas usaha yang ingin didaftarkan mereknya, dan kemudian membayar sejumlah biaya tertentu.

Perlu diperhatikan bahwa beberapa kantor HaKI (seperti Amerika dan Kanada) mewajibkan adanya bukti penggunaan dan atau pernyataan bahwa perusahaan yang anda miliki bermaksud untuk menggunakan merek tersebut. Kantor HaKI yang bersangkutan akan memberikan informasi yang jelas mengenai proses pendaftaran merek

Kantor HaKI Langkah-langkah yang ditempuh oleh Kantor HaKI dalam melaksanakan pendaftaran merek berbeda antar satu negara dengan negara lainnya tetapi secara umum mengikuti pola yang sama:

Pemeriksaan formal : Kantor HaKI memeriksa dokumen permohonan guna memastikan bahwa permohonan tersebut sudah sesuai dengan persyaratan administrasi dan formalitas (misalnya apakah biaya pendaftaran telah dibayarkan dan formulir pendaftaran telah diisi dengan tepat).

Pemeriksaan Substantif: Di beberapa negara Kantor HaKI juga melakukan pemeriksaan permohonan untuk memperjelas apakah permohonan tersebut sudah memenuhi persyaratan substantif (misalnya., apakah permohonan tersebut termasuk ke dalam kategori)

Publikasi dan Oposisi : Di sebagian besar negara, merek yang didaftarkan akan dipublikasikan dalam sebuah jurnal, dengan rentang waktu yang diberikan untuk pihak ketiga guna melakukan “keberatan” (oposisi/ penolakan) atas pendaftaran tersebut.

Sedangkan di sebagian negara lainnya merek hanya dipublikasikan apabila merek tersebut sudah didaftarkan yang diikuti oleh rentang waktu untuk melakukan petisi guna membatalkan pendaftaran.

Pendaftaran : Apabila telah diputuskan bahwa tidak ada alasan untuk penolakan, maka merek tersebut dapat didaftar, dan sertifikat pendaftaran akan dikeluarkan dengan masa berlaku selama 10 tahun.

Perpanjangan : Sebuah merek dapat diperpanjang terus menerus dengan cara membayar sejumlah biaya perpanjangan yang disyaratkan, tetapi secara keseluruhan dapat ditunda untuk jenis barang dan jasa tertentu jika merek tersebut tidak digunakan untuk jangka waktu tertentu seperti yang diatur dalam UU Merek dinegara yang bersangkutan.

## H. JANGKA WAKTU PERLINDUNGAN MEREK

Merek terdaftar mendapat perlindungan hukum untuk jangka waktu 10 (sepuluh) tahun, sejak tanggal penerimaan dan jangka waktu perlindungan itu dapat diperpanjang.

## I. PENEGAKAN HUKUM TERHADAP MEREK

Apa yang seharusnya dilakukan oleh sebuah usaha jika merek tersebut digunakan oleh pihak lain tanpa izin?

Beban penegakan hukum terhadap sebuah merek terutama merupakan tanggung jawab pemilik merek. Semuanya bergantung kepada perusahaan pemilik merek untuk mengidentifikasi berbagai pelanggaran dan untuk memutuskan langkah-langkah apa yang harus diambil untuk melakukan penegakan hukum di bidang merek.

Hal lain yang juga berperan dalam hal ini adalah meminta saran dari ahli, jika sudah diyakini bahwa merek yang dimiliki sudah dilanggar oleh pihak lain. Konsultan HaKI merupakan pihak yang paling tepat untuk mendapatkan informasi mengenai pilihan-pilihan yang ada di negara tempat merek berasal, dan berkemungkinan juga di negara-negara tetangga guna mengambil langkah awal terhadap pelanggaran yang sudah terjadi dan konsultan ini juga dapat memberikan saran mengenai bagaimana caranya melindungi hak merek yang dimiliki.

Jika menghadapi pelanggaran terhadap merek yang dimiliki, langkah pertama yang diambil adalah mengirim surat (yang biasanya dikenal dengan 'surat pemberitahuan untuk menghentikan pelanggaran'/ cease and desist letter) terhadap pihak yang dituduh telah melanggar, yang bertujuan untuk menginformasikan kepada pihak yang melanggar tersebut tentang persengkataan yang mungkin muncul dikemudian hari jika tindakan pelanggaran tersebut terus dilakukan. Dalam menulis surat pemberitahuan tersebut, bantuan dari konsultan HaKI akan sangat membantu.

Jika pelanggaran tersebut dianggap sebagai tindakan yang benar-benar sudah terencana dan anda mengetahui lokasi kegiatan pelanggaran tersebut, maka tindakan dapat dilakukan sewaktu- waktu ke lokasi tersebut, tentu saja dengan bantuan konsultan HaKI, perintah penelusuran dan penyitaan (biasanya dari pihak kepolisian dan pengadilan yang berwenang) untuk melaksanakan pemberbagusan tanpa adanya pemberitahuan sebelumnya kepada pihak yang melanggar.

Pihak pengadilan dapat memaksa pihak yang melanggar untuk memberitahukan mengenai identitas orang-orang yang terlibat dalam produksi dan distribusi barang dan jasa yang dilanggar dan jaringan-jaringan distribusi yang mereka miliki. Langkah yang efektif untuk menghentikan pelanggaran, adalah pihak pengadilan dapat memerintahkan, berdasarkan permintaan, untuk menghancurkan barang dan produk yang merupakan hasil pelanggaran atau dibuang keluar dari jaringan perdagangan tanpa adanya kompensasi apapun.

Guna mencegah masuknya barang-barang hasil pelanggaran merek melalui perbatasan antar negara, langkah-langkah pada pencegahan dapat dimanfaatkan oleh para pemilik merek di berbagai negara melalui kewenangan otoritas bea dan cukai. Sebagai pemilik merek, sebuah perusahaan dapat meminta bantuan pihak bea dan cukai yang terdapat di perbatasan, yaitu, sebelum barang-barang yang dilanggar didistribusikan di negara bersangkutan. Bantuan dari pihak *Bea* dan *Cukai* mungkin memerlukan biaya yang harus dikeluarkan, untuk melakukan hal tersebut hubungi pihak *Bea Cukai* yang berwenang.

Pada kondisi tertentu, cara yang efektif untuk menghadapi pelanggaran adalah melalui arbitrase atau mediasi. Secara umum Arbitrase memiliki manfaat yaitu sifat yang tidak terlalu formal, prosedur yang lebih singkat dan murah dibandingkan dengan proses di pengadilan, dan arbitrase lebih mudah pelaksanaannya secara internasional. Manfaat dari mediasi adalah pihak-pihak yang terlibat dapat terus melakukan pengawasan terhadap proses penyelesaian sengketa. Dengan cara begitu, dapat membantu untuk menjaga hubungan bisnis yang baik dengan perusahaan lain yang mungkin saja perusahaan anda akan bekerja sama pada suatu saat di masa yang akan datang dengan perusahaan tersebut.

## 6. RAHASIA DAGANG (TRADE SECRET)

- ✚ Rahasia dagang  
Adalah informasi di bidang teknologi atau bisnis yang tidak diketahui oleh umum, mempunyai nilai ekonomi karena berguna dalam kegiatan usaha dan dijaga kerahasiaannya oleh pemiliknya.
  
- ✚ Informasi yang dianggap rahasia  
Yaitu apabila informasi tersebut hanya diketahui oleh pihak tertentu atau tidak diketahui secara umum oleh masyarakat.
  
- ✚ Informasi yang bernilai ekonomis /komersial  
Yaitu apabila sifat kerahasiaan informasi tersebut dapat digunakan untuk menjalankan kegiatan atau usaha yang bersifat komersial atau dapat meningkatkan keuntungan secara ekonomi.
  
- ✚ Adanya upaya menjaga kerahasiaan  
Yaitu apabila pemilik atau para pihak yang menguasainya telah melakukan langkah-langkah yang layak dan patut.

## A. UNSUR-UNSUR RAHASIA DAGANG

Unsur dari rahasia dagang adalah :

1. Adanya informasi bisnis dan teknologi yang dirahasiakan
2. Mempunyai nilai ekonomi
3. Adanya upaya untuk menjaga kerahasiaan

Ketiga unsur tersebut harus ada dalam rahasia dagang Hak dari Pemegang Rahasia Dagang Menggunakan sendiri rahasia dagang yang dimilikinya Memberikan lisensi kepada atau melarang pihak lain untuk menggunakan rahasia dagang atau mengungkapkan rahasia dagang itu kepada pihak ketiga untuk kepentingan yang bersifat komersial.

## B. OBYEK PERLINDUNGAN

1. Lingkup perlindungan Rahasia dagang meliputi:
  - Metode produksi
  - Metode pengolahan
  - Metode penjualan
  - Informasi lain di bidang teknologi dan/atau bisnis yang memiliki nilai ekonomis dan tidak diketahui masyarakat secara umum.
2. Beberapa faktor yang dapat digunakan untuk menilai informasi yang dimiliki dilindungi sebagai rahasia dagang, antara lain adalah:
  - Sejauh mana informasi tersebut diketahui oleh kalangan di luar perusahaannya
  - Sejauh mana informasi tersebut diketahui oleh para karyawan di dalam perusahaannya

- Se jauh mana upaya-upaya yang dilakukan untuk melindungi kerahasiaan informasinya.
- Nilai dari informasi tersebut bagi dirinya dan bagi pesaingnya
- Derajat kesulitan atau kemudahan untuk mendapatkan atau menduplikasikan informasi yang sama oleh pihak lain

#### ✚ Apakah Rahasia Dagang Perlu Didaftarkan?

Tidak, tetapi jika akan dilakukan pengalihan hak harus ada dokumen pengalihan hak dan dicatatkan pada Ditjen HAKI dengan membayar biaya sebagaimana diatur dalam UU Rahasia Dagang. Apabila tidak dicatatkan pada Ditjen HAKI tidak berakibat hukum pada pihak ketiga sebab Jangka waktu untuk hak rahasia dagang tidak terbatas, sepanjang rahasia itu dipegang oleh pemiliknya.

### C. PELANGGARAN DAN SANKSI

1. Seseorang dianggap melanggar rahasia dagang orang lain apabila ia memperoleh atau menguasai rahasia dagang tersebut dengan cara-cara yang bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku;
  - Pencurian
  - Penyadapan
  - Spionase industri
  - Membujuk untuk mengungkapkan atau membocorkan rahasia dagang melalui penyuaipan, paksaan dll.

- Dengan sengaja mengungkapkan atau mengingkari kesepakatan atau kewajiban yang tertulis untuk menjaga rahasia dagang yang bersangkutan
2. Ketentuan Pidana  
Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan Rahasia Dagang pihak lain, atau melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 13, atau Pasal 14 dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah).
  3. Tindak pidana dimaksud termasuk delik aduan.

## 7. DESAIN INDUSTRI

- ✚ Desain Industri adalah suatu kreasi tentang bentuk, konfigurasi, atau komposisi garis atau warna, atau garis dan warna, atau gabungan daripadanya yang berbentuk 3 dimensi atau 2 dimensi yang memberikan kesan estetis dan dapat diwujudkan dalam pola 3 dimensi atau 2 dimensi serta dapat dipakai untuk menghasilkan suatu produk, barang, komoditas industri, atau kerajinan tangan.
- ✚ Pendesain adalah seorang atau beberapa orang yang menghasilkan desain industri.
- ✚ Ciri utama dari desain industri adalah bahwa karya desain tersebut dapat diwujudkan dalam pola atau cetakan untuk menghasilkan barang-barang dalam proses produksi.
- ✚ Hak Desain Industri adalah Hak eksklusif yang diberikan negara RI kepada pendesain atas hasil

kreasinya, untuk selama waktu tertentu melaksanakan sendiri, atau memberikan persetujuannya kepada pihak lain untuk melaksanakan hak tersebut.

#### ✚ Hak-hak Pendesain

Jika suatu desain industri dibuat dalam hubungan dinas dengan pihak lain dalam lingkungan pekerjaannya, pemegang hak desain industri adalah pihak yang untuk dan/atau dalam dinasny Desain Industri itu dikerjakan, kecuali ada perjanjian lain antara kedua pihak dengan tidak mengurangi Hak Pendesain, apabila penggunaan desain industri itu diperluas sampai keluar hubungan dinas.

- ✚ Jika suatu Desain Industri dibuat dalam hubungan kerja atau berdasarkan pesanan, orang yang membuat desain industri itu dianggap sebagai Pendesain dan Pemegang Hak Desain Industri, kecuali jika diperjanjikan lain antara kedua pihak.
- ✚ Pendesain berhak mendapatkan imbalan yang diperoleh dari pemanfaatan secara komersial dari desain yang dihasilkan.
- ✚ Nama pendesain mempunyai hak dicantumkan dalam Berita Resmi Desain Industri

## 8. INDIKASI GEOGRAFIS

Indikasi Geografis adalah suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang, yang karena faktor lingkungan geografis, termasuk faktor alam, faktor manusia, atau kombinasi dari kedua faktor tersebut memberikan ciri dan kualitas tertentu pada barang yang dihasilkan.

Ruang Lingkup Indikasi Geografis Indikasi geografis pada dasarnya memuat empat dasar yaitu :

- a. Penentuan wilayah penghasil produk
- b. Spesifikasi metode produksi
- c. Spesifikasin kualitas produk
- d. Nama dan spesifikasi tertentu yang membedakan dari produk sejenis

Permohonan Pendaftaran Indikasi Geografis Peraturan Pemerintah No. 51 Tahun 2007 sebagai aturan pelaksanaan dari Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 yang mengatur perlindungan Indikasi- Geografis, memuat ketentuan-ketentuan mengenai tatacara pendaftaran Indikasi-Geografis, dengan tahapan seperti dilukiskan seperti gambar 3.6, dengan uraian sebagai berikut (dikutip langsung dari <http://www.dgip.go.id/indikasi-geografis/prosedur-pendaftaran-indikasi-geografis>):

## 1. TAHAP-TAHAP MENGAJUKAN PERMOHONAN

### I. Tahap Pertama : Mengajukan Permohonan

Setiap Asosiasi, produsen atau organisasi yang mewakili produk Indikasi Geografis dapat mengajukan permohonan dengan memenuhi persyaratan–persyaratan yaitu dengan melampirkan :

1. Permohonan diajukan secara tertulis dalam bahasa Indonesia oleh Pemohon atau melalui Kuasanya dengan mengisi formulir dalam rangkap 3 (tiga) kepada Direktorat Jenderal
2. surat kuasa khusus, apabila Permohonan diajukan melalui Kuasa;
3. bukti pembayaran biaya
4. Buku Persyaratan yang terdiri atas:
  - a. Nama Indikasi-geografis dimohonkan pendaftarannya;
  - b. Nama barang yang dilindungi oleh Indikasi- geografis;
  - c. Uraian mengenai karakteristik dan kualitas yang membedakan barang tertentu dengan barang lain yang memiliki kategori sama, dan menjelaskan tentang hubungannya dengan daerah tempat barang tersebut dihasilkan;
  - d. Uraian mengenai lingkungan geografis serta factor alam dan faktor manusia yang merupakan satu kesatuan dalam memberikan pengaruh terhadap kualitas

- atau karakteristik dari barang yang dihasilkan;
- e. Uraian tentang batas-batas daerah dan/atau peta wilayah yang dicakup oleh Indikasi-geografis;
  - f. Uraian mengenai sejarah dan tradisi yang berhubungan dengan pemakaian Indikasi-geografis untuk menandai barang yang dihasilkan di daerah tersebut, termasuk pengakuan dari masyarakat mengenai Indikasi-geografis tersebut;
  - g. uraian yang menjelaskan tentang proses produksi, proses pengolahan, dan proses pembuatan yang digunakan sehingga memungkinkan setiap produsen di daerah tersebut untuk memproduksi, mengolah, atau membuat barang terkait;
  - h. uraian mengenai metode yang digunakan untuk menguji kualitas barang yang dihasilkan; dan
  - i. label yang digunakan pada barang dan memuat indikasi geografis.

Uraian tentang batas-batas daerah dan/atau peta wilayah yang dicakup oleh Indikasi-geografis yang mendapat rekomendasi dari instansi yang berwenang.

## II. Tahap Kedua : Pemeriksaan Administratif

Pada tahap ini pemeriksa melakukan pemeriksaan secara cermat dari permohonan untuk melihat apabila adanya kekurangan-kekurangan persyaratan yang diajukan. Dalam hal adanya kekurangan Pemeriksa dapat mengkomunikasikan hal ini kepada pemohon untuk diperbaiki dalam tenggang waktu 3 (tiga) bulan dan apabila tidak dapat diperbaiki maka permohonan tersebut ditolak.

## III. Tahap Ketiga : Pemeriksaan Substansi

Pada tahap ini permohonan diperiksa. Permohonan Indikasi geografis dengan tipe produk yang berbeda-beda, Tim Ahli yang terdiri dari para pemeriksa yang ahli pada bidangnya memeriksa isi dari pernyataan-pernyataan yang telah diajukan untuk memastikan kebenarannya dengan pengkoreksian, setelah dinyatakan memadai maka akan dikeluarkan Laporan Pemeriksaan yang usulannya akan disampaikan kepada Direktorat Jenderal.

Dalam Permohonan ditolak maka pemohon dapat mengajukan tanggapan terhadap penolakan tersebut, Pemeriksaan substansi dilaksanakan paling lama selama 2 Tahun.

#### IV. Tahap Keempat : Pengumuman

Dalam jangka waktu paling lama 10 (sepuluh) hari sejak tanggal disetujuinya Indikasi-geografis untuk didaftar maupun ditolak, Direktorat Jenderal mengumumkan keputusan tersebut dalam Berita Resmi Indikasi-geografis selama 3 (tiga) bulan.

Pengumuman akan memuat hal-hal antara lain: nomor Permohonan, nama lengkap dan alamat Pemohon, nama dan alamat Kuasanya, Tanggal Penerimaan, Indikasi- geografis dimaksud, dan abstrak dari Buku Persyaratan.

#### V. Tahap Ke Lima : Oposisi Pendaftaran.

Setiap orang yang memperhatikan Berita Resmi Indikasi geografis dapat mengajukan oposisi dengan adanya Persetujuan Pendaftaran Indikasi Geografis yang tercantum pada Berita Resmi Indikasi Geografis. Oposisi diajukan dengan membuat keberatan disertai dengan alasan- alasannya dan pihak pendaftar / pemohon Indikasi geografis dapat mengajukan sanggahan atas keberatan tersebut.

#### VI. Tahap Ke Enam : Pendaftaran

Terhadap Permohonan Indikasi Geografis yang disetujui dan tidak ada oposisi atau sudah adanya keputusan final atas oposisi untuk tetap didaftar. Tanggal pendaftaran sama dengan tanggal ketika diajukan aplikasi. Direktorat Jenderal kemudian memberikan sertifikat Pendaftaran Indikasi Geografis, Sertifikat dapat diperbaiki apabila terjadi kekeliruan.

#### VII. Tahap Ketujuh : Pengawasan terhadap Pemakaian Indikasi-Geografis

Pada Tahap ini Tim Ahli Indikasi-geografis mengorganisasikan dan memonitor pengawasan terhadap pemakaian Indikasi-geografis di wilayah Republik Indonesia. Dalam hal ini berarti bahwa Indikasi Geografis yang dipakai tetap sesuai sebagaimana buku persyaratan yang diajukan.

#### VIII. Tahap Kedelapan : Banding

Permohonan banding dapat diajukan kepada Komisi Banding Merek oleh Pemohon atau Kuasanya terhadap penolakan Permohonan dalam jangka waktu 3 (tiga Bulan) sejak putusan penolakan diterima dengan membayar biaya yang telah ditetapkan.

## A. OBYEK PERLINDUNGAN

Yang menjadi obyek perlindungan Desain Industri adalah bentuk dekorasi pada permukaan suatu produk, dan bukan atas teknologi dan Inventorannya dengan syarat :

- Bersifat baru dan orsinil
- Dianggap tidak baru/orsinil bila secara mencolok tidak berbeda dengan desain yang sudah ada

## B. JANGKA WAKTU PERLINDUNGAN

1. Pendaftaran desain industri berlaku selama 10 tahun sejak tanggal penerimaan permintaan pendaftaran.
2. Tidak dapat dilakukan perpanjangan pendaftaran desain yang telah habis masa berlakunya.

## C. STATUS PENDAFTARAN

1. Pendaftaran desain industri merupakan suatu persyaratan untuk mendapat perlindungan.
2. Untuk dapat diberikan perlindungan maka desain industri tersebut harus desain yang baru, yaitu belum pernah diumumkan atau belum pernah digunakan melalui cara apapun sebelum permintaan pendaftaran.

#### D. PELANGGARAN DAN SANKSI

1. Melanggar Hak Desain Industri terdaftar diancam penjara 4 tahun atau denda Rp. 300.000.000,- (Tiga ratus juta rupiah).
2. Tidak mencantumkan nama pendesain dalam Berita Resmi Desain Industri/ dalam sertifikat Desain Industri diancam pidana penjara 1 tahun dan denda Rp. 45.000.000,- (Empat puluh lima juta rupiah).
3. Tindak pidana dimaksud termasuk delik aduan.

#### F. PROSEDUR DAN SYARAT PENDAFTARAN

1. Mengisi formulir pendaftaran Desain Industri rangkap 4.
2. Mengisi formulir Surat Pernyataan kebaruan dan kepemilikan produk, bermaterai Rp. 6000,-.
3. Melampirkan gambar atau foto produk dengan perspektif tampak depan, belakang, samping kanan, samping kiri, atas dan bawah (rangkap 6)
4. Melampirkan uraian dari desain industri meliputi arti, fungsi dan kegunaan produk yang akan di daftarkan.
5. Melampirkan contoh fisik produk.
6. Dalam hal Permohonan yang diajukan secara bersama lebih dari satu pemohon, permohonan tersebut ditandatangani oleh salah satu pemohon dengan melampirkan persetujuan tertulis dari para pemohon yang lain.

7. Dalam hal permohonan diajukan oleh bukan pendesain, permohonan harus disertai pernyataan yang dilengkapi surat pengalihan hak Desain Industri.
8. Pihak yang pertama kali mengajukan permohonan dianggap sebagai pemegang hak desain industri.
9. Setiap permohonan hanya dapat diajukan untuk:
  - a. Satu desain industri atau
  - b. Beberapa desain industri yang merupakan satu kesatuan desain industri atau memiliki kelas yang sama
10. Pemohon yang bertempat tinggal di luar negara RI harus mengajukan
11. permohonan melalui kuasa yang berdomisili di wilayah Indonesia.

## 8. DESAIN TATA LETAK SIRKUIT TERPADU

Sirkuit terpadu adalah suatu produk dalam bentuk jadi atau setengah jadi yang di dalamnya terdapat berbagai elemen dan sekurang-kurangnya satu dari elemen tersebut adalah elemen aktif, yang sebagian atau seluruhnya saling berkaitan serta dibentuk secara terpadu di dalam sebuah bahan semikonduktor yang dimaksudkan untuk menghasilkan fungsi elektronik.

Desain tata letak adalah kreasi berupa rancangan peletakan tiga dimensi dari berbagai elemen, sekurang-kurangnya satu dari elemen tersebut adalah elemen aktif serta sebagian atau semua interkoneksi dalam suatu sirkuit terpadu dan peletakan tiga dimensi tersebut dimaksudkan untuk persiapan pembuatan sirkuit terpadu.

Yang Mendapat Perlindungan Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu. Hak desain tata letak sirkuit terpadu diberikan untuk desain tata letak sirkuit terpadu yang orisinal. Desain tata letak sirkuit terpadu dinyatakan orisinal apabila desain tersebut merupakan hasil karya mandiri pendesain, dan pada saat desain tata letak sirkuit terpadu tersebut dibuat tidak merupakan sesuatu yang umum bagi para pendesain.

## 1. ARTI TATA DESAIN TATA LETAK

Kreasi berupa rancangan peletakan tiga dimensi dari berbagai elemen, sekurang-kurangnya satu dari elemen tersebut adalah elemen aktif, serta sebagian atau semua interkoneksi dalam suatu Sirkuit Terpadu dan peletakan tiga dimensi tersebut dimaksudkan untuk persiapan pembuatan Sirkuit Terpadu.

## 2. SIRKUIT TERPADU

Sirkuit terpadu adalah suatu produk dalam bentuk jadi atau setengah jadi yang didalamnya terdapat berbagai elemen dan sekurang-kurangnya satu dari elemen tersebut adalah elemen aktif, yang sebagian atau seluruhnya saling berkaitan serta dibentuk secara terpadu di dalam sebuah semikonduktor yang dimaksudkan untuk menghasilkan fungsi elektronik.

## 3. SIAPA PEMBUAT SIRKUIT TERPADU?

Pendesain adalah seorang atau beberapa orang yang menghasilkan Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu.

#### 4. HAK DESAIN TATA LETAK SIRKUIT TERPADU

Hak desain tata letak sirkuit terpadu adalah suatu Hak eksklusif yang diberikan negara RI kepada Pendesain atas hasil kreasinya, untuk selama waktu tertentu melaksanakan karya intelektual tersebut, atau memberikan persetujuannya kepada pihak lain untuk melaksanakannya.

#### 5. OBYEK PERLINDUNGAN

Obyek perlindungan Desain tata letak sirkuit terpadu antara lain adalah;

1. Harus memenuhi syarat orsinil
2. Dinyatakan orsinil apabila desain tersebut merupakan hasil karya pendesain itu sendiri dan bukan merupakan suatu hal yang sudah bersifat umum.
3. Mempunyai nilai ekonomis yang dapat diterapkan pada kegiatan atau proses produksi

#### 6. JANGKA WAKTU PERLINDUNGAN

1. Untuk mendapatkan perlindungan maka desain tata letak sirkuit terpadu harus didaftar.
2. Diberikan kepada pemegang hak sejak pertama kali desain tersebut dieksploitasi secara komersial dimanapun, atau sejak tanggal penerimaan permohonan.
3. Dalam hal telah dieksploitasi secara komersial, maka permohonan harus diajukan paling lama 2

(dua) tahun sejak tanggal pertama kali dieksploitasi.

4. Waktu perlindungan selama 10 (sepuluh) tahun

## 7. SUBYEK DESAIN TATA LETAK SIRKUIT TERPADU

Subyek dari desain tata letak sirkuit terpadu adalah:

1. Yang berhak memperoleh hak desain tata letak sirkuit terpadu adalah pendesain atau yang menerima hak tersebut dari pendesain Panduan Pengenalan HKI.
2. Dalam hal pendesain terdiri dari beberapa orang secara bersama, maka hak hak tersebut diberikan kepada mereka secara bersama kecuali diperjanjikan lain.
3. Jika suatu Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu dibuat dalam hubungan dinas dengan pihak lain dalam lingkungan pekerjaannya, pemegang hak adalah pihak yang untuk dan/atau dalam dinasnya Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu itu dikerjakan, kecuali ada perjanjian lain antara kedua pihak dengan tidak mengurangi hak pendesain apabila penggunaan Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu itu diperluas sampai keluar hubungan dinas.
4. Jika suatu Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu dibuat dalam hubungan kerja atau berdasarkan pesanan, orang yang membuat desain Tata Letak Sirkuit Terpadu itu dianggap sebagai Pendesain dan Pemegang Hak, kecuali jika diperjanjikan lain antara kedua pihak.

## 8. MUTASI DAN LISENSI

Hak Desain tata letak sirkuit terpadu dapat dialihkan:

1. Lisensi
2. Pewarisan
3. Hibah
4. Wasiat
5. Perjanjian tertulis

## 9. PELANGGARAN DAN SANKSI

Menggunakan dengan sengaja atau tanpa hak dipidana paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 300.000.000,- (Tiga ratus juta rupiah). Tidak mencantumkan nama pendesain dalam Sertifikat atau dalam Daftar Umum Desain Tata Letak Sirkuit dipidana paling lama 1 (satu) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 45.000.000,- (Empat puluh lima juta rupiah).

## 10. CARA PENDAFTARAN

1. Mengisi formulir pendaftaran, dilampiri oleh :
  - a. Salinan gambar atau foto serta uraian dari Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu yang dimohonkan pendaftarannya.
  - b. Surat pernyataan kepemilikan Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu yang dimohonkan pendaftarannya, bermaterai Rp. 6000,-.
  - c. Gambar/foto produk yang dimintakan pendaftarannya
  - d. Contoh fisik produk
2. Dalam hal permohonan diajukan secara bersama-sama oleh lebih dari satu pemohon, permohonan tersebut ditandatangani oleh salah satu pemohon dengan dilampiri persetujuan tertulis dari para pemohon lain.
3. Dalam hal permohonan diajukan oleh bukan pendesain, permohonan harus disertai surat pernyataan pengalihan hak dari pendesain, bermaterai Rp. 6000,-.
4. Pemohon yang bertempat tinggal di luar wilayah Negara Republik Indonesia, harus mengajukan permohonan melalui kuasanya yang berdomisili di wilayah Indonesia.

## F. PERANAN HKI DALAM KEHIDUPAN

Kehidupan di era modern seperti saat ini menuntut adanya tiga komponen:

- a. Kecepatan dalam melakukan sebuah aktivitas,
- b. Ketepatan dalam menyelesaikan suatu masalah,
- c. Manajemen Hak Kekayaan Intelektual.

- d. Kenyamanan dalam menggunakan fasilitas dan menjalani kehidupan. Ketiga komponen tersebut telah dapat dipenuhi melalui dukungan metode dan produk-produk teknologi, misalnya telepon selular, komputer dan perangkat lunaknya, serta pesawat terbang.

Produk-produk teknologi tersebut akan memiliki nilai yang lebih tinggi bila mendapatkan perlindungan HKI, sebab HKI memiliki fungsi:

1. sebagai salah satu mesin penggerak ekonomi teknologi tinggi,
2. sebagai sebuah kekuatan untuk pertumbuhan ekonomi,
3. sebagai salah satu kekuatan penggerak industri, (d) sebagai salah satu alat untuk memperkuat daya saing bangsa, dan
4. sebagai salah satu mesin baru pertumbuhan (new engine of growth) untuk meningkatkan kesejahteraan sosial dan ekonomi.

## G. MANFAAT MENGAJUKAN HKI

Selain peranan yang dimiliki HKI, jika peneliti mengajukan perolehan HKI maka manfaat yang akan diperolehnya adalah sebagai berikut (Razilu: 2011):

1. Mencegah pihak lain mengeksploitasi potensi ekonomi dari hasil RnD (*Research and Development*).
2. Mencegah pihak lain melakukan pengembangan hasil RnD tanpa izin (lisensi), atau tanpa mengikutsertakan pihak yang pertama kali menghasilkan suatu teknologi;
3. Mencegah pihak lain lebih dulu mematenkan hasil RnD sehingga bebas melakukan Manajemen Hak Kekayaan Intelektual. penggunaan atau pengembangan terhadap teknologi/invensi itu tanpa mendapat hambatan dari pihak inventor;
4. Menjadi sarana iklan yang bersifat global;
5. Meningkatkan prestise atau nilai jual pihak penghasil teknologi karena memiliki banyak paten;
6. Memiliki hak eksklusif untuk melarang dan/atau memberi izin kepada pihak lain untuk melakukan upaya komersial dari paten yang dimilikinya (aset bisnis *intangible*);
7. Kemudahan/keamanan dalam pengembangan pasar;
8. Peringatan bagi yang berniat melanggar;
9. Bukti kepemilikan yang akan memudahkan dalam perjanjian lisensi.

## H. PELANGGARAN DAN SANKSI

1. Suatu perbuatan dapat dikatakan sebagai suatu pelanggaran Hak Cipta apabila perbuatan tersebut melanggar Hak khusus dari Pencipta atau Pemegang Hak Cipta.
2. Sanksi pidana terhadap pelanggaran Hak Cipta sebagaimana tercantum dalam UU Hak Cipta, yaitu :
  - Dengan sengaja dan tanpa hak mengumumkan atau memperbanyak suatu ciptaan. Ancaman hukuman pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 100.000.000,- (Seratus Juta Rupiah).
  - Dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mendengarkan atau menjual kepada umum ciptaan hasil pelanggaran hak cipta, ancaman pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 50.000.000,- (Lima Puluh Juta Rupiah).
  - Melanggar ketentuan pasal 16, ancaman pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 25.000.000,- (Dua Puluh Lima Juta).
  - Melanggar ketentuan pasal 18, ancaman pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 15.000.000,- (Lima Belas Juta Rupiah).

## G. PROSEDUR PENDAFTARAN HAK CIPTA

Permohonan pendaftaran ciptaan diajukan kepada Menteri Hukum dan HAM R.I. melalui Direktorat Hak Cipta dengan melampirkan :

1. Mengisi formulir pendaftaran ciptaan rangkap tiga, lembar pertama dibubuhi Materai Rp. 6.000,- (ukuran kertas folio)
2. Ditulis dalam Bahasa Indonesia
3. Ditandatangani oleh pemohon atau kuasanya
4. Mengisi formulir Surat pernyataan kepemilikan produk, bermaterai Rp. 6000,- Panduan Pengenalan HKI
5. Surat permohonan pendaftaran dilampiri :
  - Contoh fisik ciptaan
  - Bukti kewarganegaraan berupa foto copy KTP dari pencipta, pemegang hak cipta.
  - Foto copy NPWP
  - Akte/salinan resmi pendirian badan hukum yang telah dilegalisir oleh notaris.
  - Gambar/foto produk ukuran 3 R sebanyak 12 lembar
  - Deskripsi/uraian tentang produk yang akan di daftarkan

## BAB II SEJARAH HKI

### 1. SEJARAH HKI DI INDONESIA

*Inti sari dari JJ. Armstrong Sembiring, "Sejarah dan Perkembangan HKI di Indonesia,"  
www.greasy.com, diakses 03-01-2014, jam 11.30*

Sekilas Sejarah Perkembangan Sistem Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di Indonesia.

Secara historis, peraturan perundang-undangan di bidang HKI di Indonesia telah ada sejak tahun 1840-an. Pemerintah Kolonial Belanda memperkenalkan undang-undang pertama mengenai perlindungan HKI pada tahun 1844. Selanjutnya, Pemerintah Belanda mengundang UU Merek (1885), UU Paten (1910), dan UU Hak Cipta (1912). Indonesia yang pada waktu itu masih bernama *Netherlands East-Indies* telah menjadi anggota *Paris Convention for the Protection of Industrial Property* sejak tahun 1888 dan anggota *Berne Convention for the Protection of Literary and Artistic Works* sejak tahun 1914. Pada jaman pendudukan Jepang yaitu tahun 1942 s.d. 1945, semua peraturan perundang-undangan di bidang HKI tersebut tetap berlaku.

Pada tanggal 17 Agustus 1945 bangsa Indonesia memproklamkan kemerdekaannya. Sebagaimana ditetapkan dalam ketentuan peralihan UUD 1945, seluruh peraturan perundang-undangan peninggalan kolonial Belanda tetap berlaku selama tidak bertentangan dengan UUD 1945. UU Hak Cipta dan UU peninggalan Belanda tetap berlaku, namun tidak demikian halnya dengan UU

Paten yang dianggap bertentangan dengan pemerintah Indonesia.

Sebagaimana ditetapkan dalam UU Paten peninggalan Belanda, permohonan paten dapat diajukan di kantor paten yang berada di Batavia ( sekarang Jakarta ), namun pemeriksaan atas permohonan paten tersebut harus dilakukan di Octrooiraad yang berada di Belanda.

Pada tahun 1953 Menteri Kehakiman RI mengeluarkan pengumuman yang merupakan perangkat peraturan nasional pertama yang mengatur tentang paten, yaitu Pengumuman Menteri Kehakiman No. J.S. 5/41/4, yang mengatur tentang pengajuan sementara permintaan paten dalam negeri, dan Pengumuman Menteri Kehakiman No. J.G. 1/2/17 yang mengatur tentang pengajuan sementara permintaan paten luar negeri.

Pada tanggal 11 Oktober 1961 pemerintah RI mengundangkan UU No. 21 tahun 1961 tentang Merek Perusahaan dan Merek Perniagaan (UU Merek 1961) untuk menggantikan UU Merek kolonial Belanda. UU Merek 1961 yang merupakan undang-undang Indonesia pertama di bidang HKI. Berdasarkan pasal 24, UU No. 21 Th. 1961, yang berbunyi "Undang-undang ini dapat disebut Undang-undang Merek 1961 dan mulai berlaku satu bulan setelah undang-undang ini diundangkan". Undang-undang tersebut mulai berlaku tanggal 11 November 1961. Penetapan UU Merek 1961 dimaksudkan untuk melindungi masyarakat dari barang-barang tiruan/bajakan. Saat ini, setiap tanggal 11 November yang merupakan tanggal berlakunya UU No. 21 tahun 1961 juga telah ditetapkan sebagai Hari HKI Nasional.

Pada tanggal 10 Mei 1979 Indonesia meratifikasi Konvensi Paris [*Paris Convention for the Protection of Industrial Property (Stockholm Revision 1967)*] berdasarkan Keputusan Presiden No. 24 Tahun 1979. Partisipasi Indonesia dalam Konvensi Paris saat itu belum penuh karena Indonesia membuat pengecualian (reservasi) terhadap sejumlah ketentuan, yaitu Pasal 1 s.d. 12, dan Pasal 28 ayat (1).

Pada tanggal 12 April 1982 Pemerintah mengesahkan UU No.6 tahun 1982 tentang Hak Cipta ( UU Hak Cipta 1982) untuk menggantikan UU Hak Cipta peninggalan Belanda. Pengesahan UU Hak Cipta 1982 dimaksudkan untuk mendorong dan melindungi penciptaan, penyebaran hasil kebudayaan di bidang karya ilmu, seni dan sastra serta mempercepat pertumbuhan kecerdasan kehidupan bangsa.

Tahun 1986 dapat disebut sebagai awal era modern sistem HKI di tanah air. Pada tanggal 23 Juli 1986 Presiden RI membentuk sebuah tim khusus di bidang HKI melalui Keputusan No. 34/1986 (Tim ini lebih dikenal dengan sebutan Tim Keppres 34). Tugas utama Tim Keppres 34 adalah mencangkup penyusunan kebijakan nasional di bidang HKI, perancangan peraturan perundang-undangan di bidang HKI dan sosialisasi sistem HKI di kalangan instansi pemerintah terkait, aparat penegak hukum dan masyarakat luas.

Tim Keppres 34 selanjutnya membuat sejumlah terobosan, antara lain dengan mengambil inisiatif baru dalam menangani perdebatan nasional tentang perlunya sistem paten di tanah air. Setelah Tim Keppres 34 merevisi kembali RUU Paten yang telah diselesaikan pada tahun 1982, akhirnya pada tahun 1989 Pemerintah mengesahkan UU Paten.

Pada tanggal 19 September 1987 Pemerintah RI mengesahkan UU No. 7 tahun 1987 sebagai perubahan atas UU No. 12 tahun 1982 tentang Hak Cipta. Dalam penjelasan UU No. 7 tahun 1987 secara jelas dinyatakan bahwa perubahan atas UU No. 12 tahun 1982 dilakukan karena semakin meningkatnya pelanggaran hak cipta yang dapat membahayakan kehidupan sosial dan menghancurkan kreativitas masyarakat.

Menyusuli pengesahan UU No. 7 tahun 1987 Pemerintah Indonesia menandatangani sejumlah kesepakatan bilateral di bidang hak cipta sebagai pelaksanaan dari UU tersebut.

Pada tahun 1988 berdasarkan Keputusan Presiden No. 32 di tetapkan pembentukan Direktorat Jendral Hak Cipta, Paten dan Merek (DJ HCPM) untuk mengambil alih fungsi dan tugas Direktorat Paten dan Hak Cipta yang merupakan salah satu unit eselon II di lingkungan Direktorat Jendral Hukum dan Perundang-undangan, Departemen Kehakiman.

Pada tanggal 13 Oktober 1989 Dewan Perwakilan Rakyat menyetujui RUU tentang Paten, yang selanjutnya disahkan menjadi UU No. 6 tahun 1989 (UU Paten 1989) oleh Presiden RI pada tanggal 1 November 1989. UU Paten 1989 mulai berlaku tanggal 1 Agustus 1991. Pengesahan UU Paten 1989 mengakhiri perdebatan panjang tentang seberapa pentingnya sistem paten dan manfaatnya bagi bangsa Indonesia. Sebagaimana dinyatakan dalam pertimbangan UU Paten 1989, perangkat hukum di bidang paten diperlukan untuk memberikan perlindungan hukum dan mewujudkan suatu iklim yang lebih baik bagi kegiatan penemuan teknologi. Hal ini disebabkan karena dalam pembangunan nasional secara umum dan khususnya di sektor industri, teknologi memiliki peranan sangat penting.

Pengesahan UU Paten 1989 juga dimaksudkan untuk menarik investasi asing dan mempermudah masuknya teknologi ke dalam negeri. Namun demikian, ditegaskan pula bahwa upaya untuk mengembangkan sistem HKI, termasuk paten, di Indonesia tidaklah semata-mata karena tekanan dunia internasional, namun juga karena kebutuhan nasional untuk menciptakan suatu sistem perlindungan HKI yang efektif.

Pada tanggal 28 Agustus 1992 Pemerintah RI mengesahkan UU No. 19 tahun 1992 tentang Merek (UU Merek 1992), yang mulai berlaku tanggal 1 April 1993. UU Merek 1992 menggantikan UU Merek 1961. Pada tanggal 15 April 1994 Pemerintah RI menandatangani *Final Act Embodying the Result of the Uruguay Round of Multilateral Trade Negotiations*, yang mencakup *Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights* (Persetujuan TRIPS).

Tiga tahun kemudian, pada tahun 1997 Pemerintah RI merevisi perangkat peraturan perundang-undangan di bidang HKI, yaitu UU Hak Cipta 1987 jo. UU No. 6 tahun 1982, UU Paten 1989, dan UU Merek 1992.

Di penghujung tahun 2000, disahkan tiga UU baru di bidang HKI, yaitu UU No. 30 tahun 2000 tentang Rahasia Dagang, UU No. 31 tahun 2000 tentang Desain Industri dan UU No 32 Tahun 2000 tentang Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu

Dalam upaya untuk menyelaraskan semua peraturan perundang-undangan di bidang HKI dengan Persetujuan TRIPS, pada tahun 2001 Pemerintah Indonesia mengesahkan UU No. 14 tahun 2001 tentang Paten, dan UU No. 15 tahun 2001 tentang Merek. Kedua UU ini menggantikan UU yang lama di bidang terkait. Pada pertengahan tahun 2002 tentang Hak Cipta yang menggantikan UU yang lama dan berlaku efektif satu tahun sejak diundangkannya.

## BAB III KLAUSUL KONTRAK

### 1. PENGERTIAN KLAUSUL KONTRAK

*Inti sari dari <http://www.hukumonline.com/klinik/detail/>*

klausul adalah ketentuan tersendiri dari suatu perjanjian, yang salah satu pokok atau pasalnya diperluas atau dibatasi; yang memperluas atau membatasi:

*Hasil persetujuan antar negara itu memuat klausul jaminan atas kemerdekaan negara-negara kecil* Kontrak atau perjanjian adalah kesepakatan antara dua orang atau lebih mengenai hal tertentu yang disetujui oleh mereka. Ketentuan umum mengenai kontrak diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Indonesia.

### 2. FUNGSI KLAUSUL KONTRAK

Klausul kontrak memiliki fungsi sebagai perlindungan Hak Kekayaan Intelektual kita diantaranya:

-  Perlindungan hak atas legalitas karya (law enforcement).
-  Perlindungan hak atas perlindungan karya (legitimate right)

Hal ini dilakukan agar melindungi potensi ekonomi dari hasil pemikiran intelektual manusia agar karya tersebut bernilai.

### 3. CARA PEMBUATAN KONTRAK

Bagaimana Pembuatan Kontrak yang Benar Secara Hukum?

Pertanyaan-pertanyaan ini adalah seputar kontrak dan permasalahannya.

- a. bagaimanakah format perjanjian tertulis (kontrak) yang standar?
- b. hal-hal apa sajakah yang minimal diatur di dalam suatu perjanjian (kontrak)?
- c. bagaimanakah suatu perjanjian (kontrak) dikategorikan cacat hukum?
- d. kiat-kiat apa sajakah yang diperlukan di dalam membuat suatu perjanjian (kontrak) agar menghindari konflik atau perselisihan?
- e. apakah hukum online mempunyai contoh kontrak atau apabila tidak ada di dalam situs manakah saya dapat melihat contoh-contoh kontrak? Demikian pertanyaan kami; terima kasih. Pertanyaan ini adalah seputar kontrak dan permasalahannya.

### 4. PENGERTIAN DAN ARTI PENTING KONTRAK

✚ Pengertian Dan Arti Penting Kontrak  
Bentuk –bentuk perjanjian ;

- tertulis
- tidak tertulis

- Kontrak adalah sebagai perjanjian yang bentuknya tertulis, jadi kontrak Lebih sempit dari perjanjian
- ✓ Kontrak tidak lain adalah perjanjian (tertulis ) itu sendiri dimana dalam pasal 1233 KUH. Pdt disebutkan bahwa tiap tiap perikatan dilahirkan dari:
  1. Perjanjian
  2. Undang-undang

Apabila kita mengacu dari berbagai buku dan tulisan ilmiah, maka kata kontrak dapat diartikan :

“Sebagai suatu media atau piranti perikatan yang sengaja dibuat secara tertulis sebagai suatu alat bukti bagi para pihak yang berkepentingan atau dengan kata lain kontrak diartikan sebagai suatu perjanjian yang sengaja dibuat secara tertulis sebagai suatu alat bukti bagi para pihak yang membuat kontrak tersebut “

- ✚ arti penting suatu kontrak adalah :
  - a. Untuk mengetahui perikatan apa yang dilakukan dan kapan serta dimana kontrak tersebut dilakukan,
  - b. Untuk mengetahui secara jelas siapa yang selain mengikatkan dirinya dalam kontrak tersebut,
  - c. Untuk mengetahui hak dan kewajiban para pihak, apa yang harus, apa yang boleh dan apa yang tidak boleh dilakukan,
  - d. Untuk mengetahui syarat 2x berlakunya kontrak tersebut,
  - e. Untuk mengetahui cara-cara yang dipilih untuk menyelesaikan perselisihan dan pilihan domisili

- hukum bila terjadi perselisihan antara para pihak,
- f. Untuk mengetahui kapan berakhirnya kontrak, atau hal-hal apa saja yang mengakibatkan berakhirnya kontrak tersebut,
  - g. Sebagai alat untuk memantau bagi para pihak, apakah pihak lawan masing-masing telah memenuhi prestasinya atau belum, atau bahkan telah melakukan wanprestasi,
  - h. Sebagai alat bukti bagi para pihak apabila terjadi perselisihan dikemudian hari Sistem Hukum Perjanjian Sistem pengaturan hukum perjanjian bersifat *anvullen recht* (hukum pelengkap), dengan demikian seseorang dalam membuat perjanjian :
- Dapat menyimpang berlakunya ketentuan Buku III KUH.Perdata, mana kala para pihak telah membuat ketentuan sendiri,
  - buku III KUH.Perdata berlaku seluruhnya, apabila para pihak tidak mengatur sama sekali,
  - buku III hanya bersifat melengkapi, manakala sesuatu hal para pihak mengaturnya tidak lengkap pasal 1320 KUH.Pdt yang menyaratkan 4 unsur yang harus ada, yaitu :
1. Sepakat mereka yang mengikatkan diri
  2. kecakapan untuk membuat perjanjian
  3. suatu hal tertentu
  4. suatu sebab yang halal

Syarat 1 dan 2 disebut syarat subyektif dan apabila tidak dipenuhi tidak batal demi hukum melainkan salah satu pihak mempunyai hak untuk meminta supaya perjanjian itu dibatalkan Pihak yang meminta pembatalan adalah pihak yang tidak cakap, jadi perjanjian itu tetap mengikat sepanjang belum dibatalkan oleh hakim atas permintaan pihak yang berhak meminta pembatalan.

Syarat 3 dan 4 disebut syarat obyektif dalam hal syarat obyektif tidak dipenuhi maka perjanjian itu batal demi hukum, artinya dari semula tidak pernah dilahirkan suatu perjanjian dan tidak ada suatu perikatan, dengan demikian maka tidak ada dasar untuk saling menuntut di depan hakim.

#### ✚ Sepakat

Apa yang dikehendaki pihak yang satu, juga dikehendaki oleh pihak lainnya., mengenai hal-hal yang pokok

#### ✚ Cakap

Kecakapan untuk membuat suatu perjanjian Pasal 1330 KUH. Perdata menyebutkan bahwa, orang yang tidak cakap membuat perjanjian adalah :

- Orang yang belum dewasa yaitu orang yang belum berusia 21 th (pasal 330 BW)
- Mereka yang ditaruh dibawah pengampunan missal; orang yg tdk sehat pikiranya/gila, pemabuk, pemboros

Orang perempuan dalam hal-hal yang ditentukan Undang-Undang, dan kepada siapa Undang-Undang telah melarang membuat perjanjian- perjanjian tertentu missal ;

orang perempuan dlm status perkawinan harus mendapat bantuan suaminya untuk menghadap dimuka hakim harus bantuan suaminya (ps 105 BW). Akibat perjanjian yang dibuat oleh orang yg tidak cakap, maka tidak memenuhi syarat subyektif sehingga perjanjian dapat dimintakan pembatalan. Yang berhak untuk meminta pembatalan adalah :

1. Seorang anak yang belum dewasa yang membuat perjanjian, adalah anak itu sendiri ketika ia dewasa/orang tua/walinya ;
2. Seorang yang dibawah pengampuan, adalah pengampunya ;
3. Seorang yang telah memberikan kesepakatan atau izinya secara tidak bebas adalah orang itu sendiri

## BAB IV EKSKLUSIF PATEN

### 1. ARTI HAK PATEN

*Inti sari dari <http://id.wikipedia.org/wiki/Paten>) diakses pada 06-01-2015*

Adalah hak eksklusif yang diberikan oleh Negara kepada penemu atas hasil penemuannya di bidang teknologi, yang untuk selama waktu tertentu melaksanakan sendiri Invensinya tersebut atau memberikan persetujuannya kepada pihak lain untuk melaksanakannya. (UU 14 tahun 2001, ps. 1, ayat. 1)

Sementara itu, arti Invensi dan Inventor (yang terdapat dalam pengertian di atas, juga menurut undang-undang tersebut, adalah):

Invensi adalah ide Inventor yang dituangkan ke dalam suatu kegiatan pemecahan masalah yang spesifik di bidang teknologi dapat berupa produk atau proses, atau penyempurnaan dan pengembangan produk atau proses. (UU 14 tahun 2001, ps. 1, ayat 2) Inventor adalah seorang yang secara sendiri atau beberapa orang yang secara bersama-sama melaksanakan ide yang dituangkan ke dalam kegiatan yang menghasilkan Invensi. (UU 14 tahun 2001, ps. 1, ayat 3)

Kata paten, berasal dari bahasa Inggris patent, yang awalnya berasal dari kata patere yang berarti membuka diri (untuk pemeriksaan publik), dan juga berasal dari istilah letters patent, yaitu surat keputusan yang dikeluarkan kerajaan yang memberikan hak eksklusif kepada individu dan pelaku bisnis tertentu. Dari definisi kata paten

itu sendiri, konsep paten mendorong inventor untuk membuka pengetahuan demi kemajuan masyarakat dan sebagai gantinya, inventor mendapat hak eksklusif selama periode tertentu. Mengingat pemberian paten tidak mengatur siapa yang harus melakukan invensi yang dipatenkan, sistem paten tidak dianggap sebagai hak monopoli.

Contoh sampul dokumen paten Amerika Serikat Saat ini terdapat beberapa perjanjian internasional yang mengatur tentang hukum paten. Antara lain, WTO Perjanjian TRIPs yang diikuti hampir semua negara.

Pemberian hak paten bersifat teritorial, yaitu, mengikat hanya dalam lokasi tertentu. Dengan demikian, untuk mendapatkan perlindungan paten di beberapa negara atau wilayah, seseorang harus mengajukan aplikasi paten di masing-masing negara atau wilayah tersebut. Untuk wilayah Eropa, seseorang dapat mengajukan satu aplikasi paten ke Kantor Paten Eropa, yang jika sukses, sang pengaju aplikasi akan mendapatkan multiple paten (hingga 36 paten, masing-masing untuk setiap negara di Eropa), bukannya satu paten yang berlaku di seluruh wilayah Eropa.

Subjek yang dapat dipatenkan. Secara umum, ada tiga kategori besar mengenai subjek yang dapat dipatenkan: proses, mesin, dan barang yang diproduksi dan digunakan. Proses mencakup algoritma, metode bisnis, sebagian besar perangkat lunak (software), teknik medis, teknik olahraga dan sebagainya. Mesin mencakup alat dan apparatus.

Barang yang diproduksi mencakup perangkat mekanik, perangkat elektronik dan komposisi materi seperti kimia, obat-obatan, DNA, RNA, dan sebagainya. Khusus Sel punca embrionik manusia (human embryonic stem atau hES) tidak bisa dipatenkan di Uni Eropa.

Kebenaran matematika, termasuk yang tidak dapat dipatenkan. Software yang menerapkan algoritma juga tidak dapat dipatenkan kecuali terdapat aplikasi praktis (di Amerika Serikat) atau efek teknikalnya (di Eropa).

Saat ini, masalah paten perangkat lunak (dan juga metode bisnis) masih merupakan subjek yang sangat kontroversial. Amerika Serikat dalam beberapa kasus hukum di sana, mengizinkan paten untuk software dan metode bisnis, sementara di Eropa, software dianggap tidak bisa dipatenkan, meski beberapa invensi yang menggunakan software masih tetap dapat dipatenkan.

Paten dapat berhubungan dengan zat alamiah (misalnya zat yang ditemukan di hutan rimba) dan juga obat-obatan, teknik penanganan medis dan juga sekuens genetik, termasuk juga subjek yang kontroversial. Di berbagai negara, terdapat perbedaan dalam menangani subjek yang berkaitan dengan hal ini. Misalnya, di Amerika Serikat, metode bedah dapat dipatenkan, namun hak paten ini mendapat pertentangan dalam prakteknya. Mengingat sesuai prinsip sumpah Hipokrates (Hippocratic Oath), dokter wajib membagi pengalaman dan keahliannya secara bebas kepada koleganya. Sehingga pada tahun 1994, The American Medical Association (AMA) House of Delegates mengajukan nota keberatan terhadap aplikasi paten ini.

Di Indonesia, syarat hasil temuan yang akan dipatenkan adalah baru (belum pernah diungkapkan sebelumnya), mengandung langkah inventif (tidak dapat diduga sebelumnya), dan dapat diterapkan dalam industri. Jangka waktu perlindungan untuk paten 'biasa' adalah 20 tahun, sementara paten sederhana adalah 10 tahun. Paten tidak dapat diperpanjang. Untuk memastikan teknologi yang diteliti belum dipatenkan oleh pihak lain dan layak dipatenkan, dapat dilakukan penelusuran dokumen paten.

Ada beberapa kasus khusus penemuan yang tidak diperkenankan mendapat perlindungan paten, yaitu proses / produk yang pelaksanaannya bertentangan dengan undang-undang, moralitas agama, ketertiban umum atau kesusilaan; metode pemeriksaan, perawatan, pengobatan dan/atau pembedahan yang diterapkan terhadap manusia dan/atau hewan; serta teori dan metode di bidang matematika dan ilmu pengetahuan, yakni semua makhluk hidup, kecuali jasad renik, dan proses biologis penting untuk produksi tanaman atau hewan, kecuali proses non-biologis atau proses mikro-biologis.

## 2. ISTILAH-ISTILAH DALAM HAK PATEN

Istilah - Istilah dalam Paten.

Invensi Adalah ide inventor yang dituangkan ke dalam suatu kegiatan pemecahan masalah yang spesifik di bidang teknologi, dapat berupa produk atau proses, atau penyempurnaan dan pengembangan produk atau proses.

Inventor atau pemegang Paten Inventor adalah seorang yang secara sendiri atau beberapa orang yang secara bersama-sama melaksanakan ide yang dituangkan ke dalam kegiatan yang menghasilkan invensi. Pemegang paten 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.

Hak yang dimiliki oleh pemegang Paten

Pemegang hak paten memiliki hak eksklusif untuk melaksanakan Paten yang dimilikinya dan melarang orang lain yang tanpa persetujuannya :

- a. Dalam hal Paten Produk : membuat, menjual, mengimpor, menyewa, menyerahkan, memakai, menyediakan untuk di jual atau disewakan atau diserahkan produk yang di beri paten.
- b. Dalam hal Paten Proses : Menggunakan proses produksi yang diberi Paten untuk membuat barang dan tindakan lainnya sebagaimana yang dimaksud dalam huruf a.

- ✚ Pemegang Paten berhak memberikan lisensi kepada orang lain berdasarkan surat perjanjian lisensi.
- ✚ Pemegang Paten berhak menggugat ganti rugi melalui pengadilan negeri setempat, kepada siapapun, yang dengan sengaja dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam butir 1 di atas.
- ✚ Pemegang Paten berhak menuntut orang yang dengan sengaja dan tanpa hak melanggar hak pemegang paten dengan melakukan salah satu tindakan sebagaimana yang dimaksud dalam butir 1 di atas.

### 3. OBJEK PERLINDUNGAN

Invensi yang dapat diberikan perlindungan Paten adalah Invensi yang memenuhi syarat :

- ✚ **Novellty**  
Suatu Invensi dianggap “baru”, jika pada saat pengajuan permintaan paten
- ✚ Invensi tersebut tidak sama dengan pengungkapan teknologi sebelumnya.
- ✚ **Inventif**  
Suatu Invensi mengandung langkah inventif, jika Invensi tersebut bagi seorang yang mempunyai keahlian biasa dibidang teknologi merupakan hal yang tidak dapat diduga sebelumnya. Dapat diterapkan dalam industri.

#### 4. JANGKA WAKTU PERLINDUNGAN

1. Paten diberikan untuk jangka waktu selama 20 (dua puluh) tahun terhitung sejak tanggal penerimaan dan jangka waktu itu tidak dapat diperpanjang.
2. Paten sederhana diberikan untuk jangka waktu selama 10 (sepuluh) tahun terhitung sejak tanggal penerimaan dan jangka waktu itu tidak dapat diperpanjang.

#### 5. PENGAJUAN PERMOHONAN PATEN

Paten diberikan atas dasar permohonan dan memenuhi persyaratan administratif dan substantif sebagaimana diatur dalam Undang-undang Paten.

Sistem First to File

Adalah suatu sistem pemberian Paten yang menganut mekanisme bahwa seseorang yang pertamakali mengajukan permohonan dianggap sebagai pemegang Paten, bila semua persyaratannya dipenuhi.

Kapan sebaiknya permohonan Paten diajukan ?

Suatu permohonan Paten sebaiknya diajukan secepat mungkin, mengingat sistem Paten Indonesia menganut sistem First to File. Akan tetapi pada saat pengajuan, uraian lengkap penemuan harus secara lengkap menguraikan atau mengungkapkan penemuan tersebut.

Hal-hal yang sebaiknya dilakukan oleh seorang Inventor sebelum mengajukan permohonan Paten ?

- a. Melakukan penelusuran. Tahapan ini dimaksudkan untuk mendapatkan informasi tentang teknologi terdahulu dalam bidang invensi yang sama (state of the art) yang memungkinkan adanya kaitannya dengan invensi yang akan diajukan. Melalui informasi teknologi terdahulu tersebut maka inventor dapat melihat perbedaan antara invensi yang akan diajukan permohonan Patennya dengan teknologi terdahulu.
- b. Melakukan Analisis. tahapan ini dimaksudkan untuk menganalisis apakah ada ciri khusus dari invensi yang akan diajukan permohonan Patennya dibandingkan dengan Invensi terdahulu.
- c. Mengambil Keputusan. Jika invensi yang dihasilkan tersebut mempunyai ciri teknis dibandingkan dengan teknologi terdahulu, maka invensi tersebut sebaiknya diajukan permohonan Patennya. Sebaliknya jika tidak ditemukan ciri khusus, maka invensi tersebut sebaiknya tidak perlu diajukan untuk menghindari kerugian dari biaya pengajuan permohonan Paten.

melamar paten tidak bisa mendapatkan sesuatu paten pada waktu itu. Keputusan ini ditetapkan sebagai aturan 35. yang menghalang seorang penemu dari mendapatkan paten jika penemuan sudah di guna oleh publik selama lebih dari satu tahun sebelum memohon paten.

Syarat hasil temuan yang akan dipatenkan di Indonesia adalah baru (belum pernah diungkapkan sebelumnya), mengandung langkah inventif (tidak dapat diduga sebelumnya), dan dapat diterapkan dalam industri. Jangka waktu perlindungan untuk paten 'biasa' adalah 20 tahun, sementara paten sederhana adalah 10 tahun. Paten tidak dapat diperpanjang. Untuk memastikan teknologi yang diteliti belum dipatenkan oleh pihak lain dan layak dipatenkan, dapat dilakukan penelusuran dokumen paten.

Ada beberapa kasus khusus penemuan yang tidak diperkenankan mendapat perlindungan paten, yaitu proses / produk yang pelaksanaannya bertentangan dengan undang-undang, moralitas agama, ketertiban umum atau kesusilaan; metode pemeriksaan, perawatan, pengobatan dan/atau pembedahan yang diterapkan terhadap manusia dan/atau hewan; serta teori dan metode di bidang matematika dan ilmu pengetahuan, yakni semua makhluk hidup, kecuali jasad renik, dan proses biologis penting untuk produksi tanaman atau hewan, kecuali proses non-biologis atau proses mikro-biologis.

## 6. INVENSI YANG TIDAK DIBERIKAN PATEN

1. Proses atau produk yang pengumuman dan penggunaan atau pelaksanaannya bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, ketertiban umum atau kesusilaan.
2. Metode pemeriksaan, perawatan, pengobatan dan atau pembedahan yang diterapkan terhadap manusia dan atau hewan
3. Teori dan metode di bidang ilmu pengetahuan dan matematika
4. Semua makhluk hidup kecuali jasad renik

5. Proses biologis yang esensial untuk memproduksi tanaman atau hewan, kecuali proses mikrobiologis.

## 7. HAK DAN KEWAJIBAN PEMEGANG HAK PATEN

1. Pemegang Paten memiliki hak khusus untuk melaksanakan Paten yang dimilikinya, dan melarang orang lain yang tanpa persetujuannya.
  - Dalam hal Paten Produk : membuat, memakai, menggunakan, menjual, mengimpor, menyewakan, menyerahkan, menyediakan untuk dijual atau disewakan atau diserahkan produk yang diberi paten.
  - Dalam hal paten proses : menggunakan proses produksi yang diberi Paten untuk membuat barang dan tindakan lainnya.
2. Dalam hal Paten proses, larangan terhadap orang lain yang tanpa persetujuannya melakukan impor sebagaimana dimaksud dalam ayat 1 hanya berlaku terhadap impor produk yang semata-mata dihasilkan dari penggunaan Paten proses yang dimilikinya.
3. Dikecualikan dari ketentuan sebagaimana dimaksud dalam ayat 1 dan 2 apabila pemakaian paten tersebut untuk kepentingan Pemilikan dan Pendidikan sepanjang tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Pemegang Paten.
4. Kewajiban Pemegang Paten wajib membayar biaya pemeliharaan yang disebut biaya tahunan (rincian biaya tahunan terlampir).

## 8. PELANGGARAN DAN SANKSI

1. Barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak melanggar hak Pemegang Paten dengan melakukan salah satu tindakan sebagaimana dimaksud dalam pasal 16 dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan denda paling banyak Rp. 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah).
2. Barang siapa dengan sengaja tanpa hak dan melanggar hak Pemegang Paten Sederhana dengan melakukan salah satu tindakan sebagaimana dimaksud dalam pasal 16 dipidana penjara paling lama 2 (dua) tahun dan denda paling banyak Rp. 250.000.000,- (dua ratus lima puluh juta rupiah).

## 9. PROSEDUR PENGAJUAN PERMINTAN

1. Mengisi formulir permintaan paten dengan melampirkan :
  - Bukti kewarganegaraan berupa foto copy KTP dari Inventor, pemegang hak.
  - Foto copy NPWP untuk pemegang hak Badan Hukum Panduan Pengenalan HKI.
  - Akte/salinan resmi pendirian badan hukum yang telah dilegalisir oleh notaris.
  - Surat pernyataan bukti kepemilikan hak atas Invensi yang ditandatangani oleh pemilik, bermaterai Rp. 6000,-
  - Deskripsi/Uraian Invensi termasuk di dalamnya klaim invensi dan abstrak Invensi.
  - Gambar detail Invensi beserta uraiannya secara terperinci
  - Dokumen (permintaan) paten prioritas dan terjemahannya

- Sertifikat penyimpanan jasad renik dan terjemahannya

## 2. Penulisan deskripsi Invensi

- a. Penulisan deskripsi Invensi atau uraian Invensi harus secara lengkap dan jelas mengungkapkan suatu Invensi sehingga dapat dimengerti oleh orang lain yang ahli dibidangnya, ditulis dalam bahasa Indonesia yang baik dan benar.
- b. Isi yang diungkapkan dalam deskripsi pada setiap sub judulnya, diuraikan seperti dibawah ini :
  - Judul Invensi : menggambarkan Invensi dengan singkat dan dibatasi maksimum 3 (tiga) baris.
  - Bidang teknik Invensi : menjelaskan tentang teknologi yang khusus dari Invensi tersebut.
  - Latar Belakang Invensi : pada bagian ini diungkapkan teknologi teknologi atau Invensi-Invensi yang ada ( prior art) yang relevan, sebelum Invensi baru saat ini. Dikemukakan pula masalah atau kekurangan yang ada “prior art” tersebut dibandingkan dengan Invensi baru tersebut. Sehingga tujuan Invensi ini adalah menyelesaikan masalah dengan mengatasi kekurangan-kekurangan yang ada.
  - Ringkasan Invensi : mengungkapkan ciri-ciri Invensi atau dengan kata lain mengungkapkan ciri-ciri kelaim mandiri.
  - Uraian Singkat Gambar : Berisikan keterangan singkat gambar-gambar yang ditampilkan untuk mendukung kejelasan uraian Invensi.

- Uraian lengkap Invensi : Bagian ini menguraikan secara lengkap Invensi yang dimaksud. Ciri-ciri Invensi tidak ada yang tertinggal pada bagian ini, karena pada saat pemeriksaan Substantif nantinya pemohon tidak boleh melakukan perubahan dengan menambah ciri Invensi
- Klaim : mengungkapkan ciri-ciri yang terdapat pada Invensi yang dimintakan paten ( paten : 1 atau >1 klaim), dan paten sederhana hanya 1 klaim.
- Abstrak : merupakan ringkasan dari uraian lengkap Invensi dan dibatasi maksimum 200 kata.

Catatan : diketik diatas kertas HVS ukuran A4, berat 100 gram, space pengetikan 1,5 dengan format pengetikannya pada tepi sisi atas 2 cm, bawah 2 cm, kanan 2,5 cm dan sisi kiri 2 cm.

### 3. Pengumuman Permintaan Paten

Pengumuman permintaan Paten berlangsung selama 6 (enam) bulan dapat dilihat pada Papan Pengumuman Permintaan Paten, dikantor Paten dan Buku BRP (Berita Resmi Paten) yang diterbitkan secara berkala.

### 4. Permohonan pemeriksaan Substantif atas Paten Sederhana dapat dilakukan bersamaan dengan pengajuan permohonan atau paling lama 6 (enam) bulan terhitung sejak tanggal penerimaan dengan dikenai biaya.

### 5. Pemeriksaan substantif meliputi kebaruan dan *industrial application*.

## BAB V EKONOMI KREATIF

### 1. PENGERTIAN EKONOMI KREATIF

*Intisari dari artikel kementerian pariwisata dan Ekonomi kreatif  
<http://sbm.binus.ac.id/files/2013/04/Kewirausahaan-dan-Ekonomi-Kreatif.pdf>  
diakses pada 05-01-2015*

Ekonomi kreatif merupakan pengembangan konsep berdasarkan modal kreatifitas yang dapat berpotensi meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Menurut Presiden Susilo Bambang Yudhoyono (2007) “ekonomi gelombang ke-4 adalah kelanjutan dari ekonomi gelombang ketiga dengan orientasi pada kreativitas, budaya, serta warisan budaya dan lingkungan”. Sebelumnya Alvin Tofler dalam bukunya *Future Shock* (1970) mengungkapkan bahwa “peradaban manusia terdiri dari 3 gelombang; gelombang pertama adalah abad pertanian, gelombang kedua adalah abad industri dan gelombang ketiga adalah abad informasi” (dalam Nenny, 2008).

Pergeseran dari Era Pertanian ke Era Industrialisasi, disusul dengan era informasi yang disertai dengan banyaknya penemuan baru di bidang teknologi informasi maupun globalisasi ekonomi, telah membawa peradaban baru bagi manusia. Industrialisasi telah menciptakan pola kerja, pola produksi dan pola distribusi yang lebih murah dan lebih efisien.

Penemuan baru di bidang teknologi informasi dan komunikasi seperti internet, email, Global System for Mobile communications (GSM) telah menciptakan hubungan saling ketergantungan antar manusia sehingga mendorong

manusia menjadi lebih aktif dan produktif dalam menemukan teknologi-teknologi baru. Dampak lain yang muncul akibat dari fenomena perubahan ini adalah munculnya daya saing atau kompetisi pasar yang semakin besar.

Negara-negara maju mulai menyadari bahwa saat ini mereka tidak bisa hanya mengandalkan bidang industri sebagai sumber ekonomi di negaranya tetapi mereka harus lebih mengandalkan Sumber Daya Manusia yang kreatif karena kreativitas manusia itu berasal dari daya pikirnya yang menjadi modal dasar untuk menciptakan inovasi dalam menghadapi daya saing atau kompetisi pasar yang semakin besar. Sehingga pada tahun 1990-an dimulailah era ekonomi baru yang mengutamakan informasi dan kreativitas dan populer dengan sebutan Ekonomi Kreatif yang digerakkan oleh sektor industri yang disebut Industri Kreatif .

Ekonomi kreatif adalah pemanfaatan cadangan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tak terbatas, yaitu ide, gagasan, bakat atau talenta dan kreativitas. Nilai ekonomi dari suatu produk atau jasa di era kreatif tidak lagi ditentukan oleh bahan baku atau sistem produksi seperti pada era industri, tetapi lebih kepada pemanfaatan kreativitas dan penciptaan inovasi melalui perkembangan teknologi yang semakin maju. Industri tidak dapat lagi bersaing di pasar global dengan hanya mengandalkan harga atau kualitas produk saja, tetapi harus bersaing berbasiskan inovasi, kreativitas dan imajinasi.

Menurut Departemen Perdagangan, (2007) ada beberapa arah dari pengembangan industri kreatif ini, seperti pengembangan yang lebih menitikberatkan pada industri berbasis:

1. lapangan usaha kreatif dan budaya (creative cultural industry);
2. lapangan usaha kreatif (creative industry), atau
3. Hak Kekayaan Intelektual seperti hak cipta (copyright industry).

Negara-negara membangun potensi ekonomi kreatif dengan caranya masing-masing sesuai dengan kemampuan yang dimiliki negara tersebut. Inggris membangun industri kreatifnya melalui *Department of Culture, Media and Sports* (DCMS), Selandia Baru melalui *New Zealand Trade and Enterprise* (NZTE), Singapura melalui *Ministry of Information, Communications and the Arts* (MICA) dengan konsep *Renaissance City*, *Media 21* dan *Design Singapore*-nya, Malaysia melalui *Malaysia Design & Innovation Centre* (MDIC).

Thailand dengan *Thailand Creative & Design Center* (TCDC), dan RRT (Republik Rakyat Tiongkok) secara bertahap melahirkan kota-kota kreatif baru, dan telah menjadi yang terdepan dalam kontribusi ekonomi kreatif.

## 2. MENGENAI DEFINISI EKONOMI KREATIF

Ditinjau dari aspek definisi, pemerintah Inggris – Inggris melalui *department of media, culture and sport* (DCMS) – memberikan penjelasan bahwa yang dimaksud dengan IK adalah sebagai berikut: “*those activities which have their origin in individual creativity, skill and talent, and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property*”.

Adapun bidang-bidang aktivitas yang termasuk ke dalam konsep tersebut adalah:

advertising, architecture, the art and antiques market, and many more. Definisi tersebut diadopsi di beberapa negara seperti Selandia Baru, Norwegia, Singapura, dan Swedia. Di Perancis, istilah tersebut diartikan sebagai rangkaian aktivitas di bidang ekonomi yang menggabungkan konsep, penciptaan dan produksi sektor kebudayaan dengan fungsi industri manufaktur skala besar dan komersialisasi produk-produk budaya. Di Indonesia sendiri, khususnya didalam peraturan perundang-undangan yang berlaku, tidak digunakan istilah IK, melainkan istilah “Ekonomi Kreatif” (EK). Adapun yang dimaksud dengan EK menurut Diktum pertama Instruksi Presiden No. 6 tahun 2009 tentang pengembangan Ekonomi Kreatif adalah : “.....kegiatan ekonomi berdasarkan pada kreativitas, keterampilan, dan bakat individu untuk menciptakan daya kreasi dan daya cipta individu yang bernilai ekonomis dan berpengaruh pada kesejahteraan masyarakat Indonesia”.

Sementara itu, di kalangan para akar dalam bidang tersebut, nampaknya tidak ada perbedaan pengertian yang mendasar antara EK dengan industri Kreatif (IK). Ada pula yang menerjemahkan IK sebagai industri yang menyediakan barang dan jasa yang berkaitan dengan nilai-nilai budaya (cultural goods and services) (Richard Caves). Colette Henry dan Anne de Bruin menjelaskan bahwa pada awalnya runag lingkup pengertian IK meliputi segala macam industri yang berbasis kreativitas yang melahirkan Hak Kekayaan Intelektual(HKI) (Henry,2009). Namun demikian, kemudian pengertian ini segera dipersempit hingga meliputi industri yang keterkaitan erat dengan aspek seni atau budaya (Howkins,2002). Chris Bilton berpendapat bahwa konsep EK selalu mengedepankan keahlian individu dan inovasi sebagai unsur produktif dalam proses berkreasi dan sebagai unsur “ajaib” dalam EK.

Beberapa organisasi internasional juga membuat definisi mengenai EK dan IK. Di dalam laporannya yang berjudul *Creative Economy Report 2008*, *United Nations Conference on Trade and Development* (UNCTAD) mendefinisikan IK sebagai berikut:

*“Creative industries’ can be defined as the cycles of creation,production and distribution of goods and services that use creativity and intellectual capital as primary inputs. They comprise a set of knowledge-based activities tha produce tangible goods and intangible intellectual or artistic services with creative content, economic value and market objectives”.*

Ditinjau dari aspek akademis, studi mengenai Industri Kreatif (IK) dapat dilakukan setidaknya melalui 3 pendekatan. Ditinjau dari aspek budaya, IK adalah industri yang berkaitan dengan nilai-nilai budaya, seni dan hiburan (Caves,2000). Dari aspek Hak Cipta (HC), IK dilihat sebagai industri yang mengandung berbagai aktivitas yang dapat dilindungi oleh HC, dan juga aktivitas distribusi dan penjualan eceran (Allen Consulting Group, 2001). Sementara itu, dilihat dari aspek kreativitas, IK adalah industri yang sifatnya lintas sektor, khususnya adalah yang dijadikan sebagai fokus perhatian pemerintah Inggris sebagai negara yang pertama kali mempopulerkan istilah tersebut. Namun, kemudian pendekatan-pendekatan tersebut bergabung satu sama lain, sehingga industri yang dapat dilindungi oleh HC menjadi sama dengan industri (kratif) budaya (Towse,2002, p.171). kemudian istilah EK seringkali didefinisikan sebagai industri budaya ditambah dengan seni pertunjukkan dan kreatif.

Berdasarkan mengenai teori tersebut bahwa IK dan EK sebenarnya adalah anama lain dari upaya peningkatan kualitas perlindungan HKI. Walaupun belum dapat dibuktikan secara akurat, dapat diduga bahwa istilah IK dan EK kemungkinan muncul untuk mengurangi kesan paham kapitalisme yang dikandung oleh istilah HKI. Sebagaimana telah dipahami, sebagian pihak berpendapat bahwa perlindungan HKI justru menghambat pembangunan sebuah negara karena menjadikan proses berkreasi dan inovasi di negara sedang berkekbang menjdai sangat mahal. Sebagai contoh, seseorang tidak dapat memproduksi secara komersial suatu penemuan

yang telah dipatenkan oleh orang lain, sekalipun dia dapat membuatnya dengan harga yang lebih murah namun dengan kualitas yang sama. Padahal mungkin hal tersebut sangat penting bagi kelangsungan hidup masyarakat lokal, misalnya dalam kaitannya dengan produksi obat-obatan.

Terlepas dalam kemungkinan adanya persoalan yang bersifat politis tersebut, ada dua aspek yang harus menjadi pusat perhatian. Pertama, dalam kaitannya dengan ciptaan yang baru dan kepemilikannya bersifat individual, sebenarnya sudah tersedia media perlindungannya, yaitu melalui jenis-jenis HKI “modern”, terutama: Hak Cipta, Hak Paten, Hak atas Merek, Hak atas Indikasi Geografis, Hak Desain Industri, Hak Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu dan Rahasia Dagang. Dengan demikian, penyelesaian persoalan yang berkaitan dengan perlindungan HKI “modern” dapat langsung diajukan kepada Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual – Kementerian Hukum dan HAM, selaku institusi yang berwenang memberikan perlindungan HKI.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, sebagai institusi yang memiliki kewenangan mengelola pembangunan IK dan EK, dapat membantu dalam bentuk aktivitas seperti: sosialisasi konsep dan peraturan perundang-undangan bidang HKI, memberikan advis yang bersifat umum mengenai masalah HKI, dan sebagainya.

Kedua, dalam kaitannya dengan ciptaan dalam konteks tradisi dan kepemilikannya bersifat komunal, yaitu

Pengetahuan Tradisional (PT) dan Ekspresi Budaya Tradisional (EBT), diperlukan upaya untuk membentuk hukum yang melindunginya, baik pada tingkat nasional maupun internasional. Hingga saat ini, belum ada satupun perjanjian internasional yang mengatur masalah perlindungan kedua jenis kekayaan intelektual tersebut. Pembentukan hukum perlindungan PT dan EBT melibatkan sektor-sektor pelestarian dan promosi kebudayaan, perlindungan PT dan pengembangan IK dan EK. Hal ini merupakan tugas yang sangat berat karena masuk apada pembentukan IK dan EK. Hal ini merupakan tugas yang sangat berat karena masuk pada pembentukan sui generis law, yaitu pengaturan tentang sesuatu yang sebelumnya tidak pernah atau belum pernah ada aturannya.

Oleh karena itu, diperlukan berbagai macam penelitian untuk membentuk keangka konseptual hukum perlindungan PT dan EBT, sebelum kemudian dituangkan dalam bentuk peraturan perundang-undangan dan perjanjian internasional. Jika pemerintah Indonesia tidak melaksanakan “pekerjaan rumah” ini secara sistematis dan berkelanjutan, maka kasus-kasus sengketa kalim Warisan Budaya Takbenda dengan negara tetangga akan selalu muncul karena tidak ada landasan hukum yang jelas mengenai perlindungannya.

### 3. FILOSOFI EKONOMI KREATIF

Ditinjau dari aspek peristilahan dalam ilmu manajemen dan psikolog, menurut Chris Bilton, kata “Kreatifitas” mengandung beberapa arti. Pertama, kreativitas berkaitan dengan suatu yang baru atau berbeda, atau “a deviation from conventional tools and perspectives”. Kedua, istilah tersebut berarti bahwa individu harus diberikan kebebasan untuk mengekspresikan bakat dan visi mereka (aspek manajemen) atau bahwa sesuatu yang baru tersebut harus bermanfaat bagi publik (aspek psikologi). Dikaitkan dengan topik pembicaraan di dalam tulisan ini, menurut John Howkins “creativity is not in itself an economic good, but in its applications it can become so.”

Chris Bilton beranggapan bahwa istilah Industri Kreatif (IK) bukan merupakan sesuatu yang bersifat universal, karena sebenarnya merefleksikan tradisi kebudayaan Anglo-Amerika dalam pembuatan kebijakan di bidang kebudayaan dan yang memandang HKI sebagai “tradable economic goods”. Di Eropa khususnya, berkembang dua buah tradisi kebijakan yang berbeda di sektor kebudayaan dalam kaitannya dengan IK. Pada dekade tahun 1980-an, istilah yang digunakan pada awalnya adalah cultural industry (industri kebudayaan).

Istilah ini digunakan karena pada waktu itu kebijakan yang dikembangkan adalah mendorong lebih banyak orang berpartisipasi dalam bidang seni dan budaya – atau disebut juga dengan istilah cultural

democracy – dengan mengembangkan seni “modern” seperti musik populer sebagai “lawan” atas seni yang “bercita rasa tinggi” seperti opera, balet dan musik klasik, yang menciptakan kelompok eksklusif dalam masyarakat. Sementara itu, konsep industri budaya juga menarik perhatian penganut paham neoliberal. Mereka berpandangan bahwa: industri budaya dianggap mengandung aspek meritocratic (pemberian penghargaan berdasarkan prestasi), tidak membutuhkan subsidi, mudah diakses dan dinikmati (undemanding), hal mana sangat cocok dengan semangat wirausaha dari “Eropa yang baru”. Kedua aliran kebijakan tersebut kemudian bersinergi karena:

Istilah industri budaya kemudian secara bertahap mengalami perkembangan menjadi creative industry (industri kreatif), yang menekankan kepada masalah “individual talent and the generation of wealth and employment” istilah ini kemudian lebih mengedepankan aspek individualisme dan hasil di bidang ekonomi daripada kolektivisme dan nilai-nilai sosial.

#### 4. SEJARAH EKONOMI KREATIF

Ditinjau dari aspek sejarah, istilah IK muncul pertama kali pada dekade 1990-an di Australia dalam kaitannya dengan usulan untuk melakukan reformasi radikal di bidang justifikasi dan mekanisme pendanaan yang berkaitan dengan kebijakan di sektor seni dan budaya. Namun demikian, istilah tersebut menjadi lebih dikenal luas ketika IK dikembangkan oleh pemerintah Inggris. Pada dekade 1980-an, Inggris mengalami sejumlah persoalan yaitu: tingkat pengangguran yang tinggi, berkurangnya aktivitas industri dan pengurangan kontribusi dana pemerintah untuk bidang seni.

Maka diperkenalkanlah sebuah konsep, yaitu *culture as an industry*. Melalui konsep ini, seni dan budaya tidak lagi dilihat sebagai sektor-sektor yang selalu membutuhkan subsidi, melainkan justru didesain untuk mendukung pertumbuhan ekonomi dan kebijakan yang berkaitan dengan pengembangan inovasi.

Dengan demikian, landasan pemikiran di negara maju mengapa IK dilahirkan adalah sebagai berikut: globalisasi di bidang ekonomi telah meningkatkan tekanan persaingan antar negara di sektor industri konvensional yang bersifat skala besar (industri manufaktur), sehingga meningkatkan angka pengangguran. Di samping itu, diperlukan suatu cara untuk mengatasi persoalan pengurangan dana bagi kegiatan-kegiatan seni. Untuk mengatasi kedua persoalan

tersebut dengan membangun kembali industri skala besar sudah tidak lagi dimungkinkan karena secara politis tidak dapat diterima (kemungkinan besar berkaitan erat dengan persoalan pencemaran lingkungan, ketersediaan lahan dsb).

Maka, dikembangkan aktivitas “ekonomi yang ringan” (weightless economy) yang dapat menghasilkan keuntungan besar namun secara politis dapat diterima, seperti cafe, gedung teater dsb. Yang juga dapat meningkatkan perolehan dana bagi kegiatan seni. Sementara itu, pembangunan industri skala besar akan dipindahkan ke negara-negara dunia ketiga (yang artinya juga mengalihkan segala persoalan yang berpotensi muncul dari aktivitas tersebut). Semangat itu diilustrasikan oleh perdana menteri Inggris pada masanya, Tony Blair, yang menyatakan bahwa: “pop music exports were financially more significant to the country than the steel industry”.

Indonesia juga menyadari bahwa industri kreatif merupakan sumber ekonomi baru yang wajib dikembangkan lebih lanjut di dalam perekonomian nasional. Departemen Perdagangan mendaftarkan 14 sektor yang masuk kategori industri kreatif yaitu jasa periklanan, arsitektur, pasar barang seni, kerajinan, desain, fesyen, film, video & fotografi, permainan interaktif, musik, seni pertunjukan, penerbitan & percetakan, layanan komputer & piranti lunak, televisi & radio serta riset & pengembangan.

Industri kreatif di Indonesia telah menjadi salah satu industri yang cukup berhasil dan menjanjikan sejak tahun 2002. Melihat kontribusi yang positif dalam perekonomian, maka pada tahun 2006 Menteri Perdagangan Mari Elka Pangestu membentuk program Indonesia Design Power yaitu suatu program pemerintah Universitas Universitas Sumatera. Sumatera Utara yang tujuannya menempatkan produk Indonesia berstandar internasional dan memiliki karakteristik nasional yang dapat bersaing dan diterima pasar dunia.

Industri kreatif di Indonesia bahkan mampu bertahan di tengah ancaman krisis global. Masalah krisis Global pada tahun 2008 yang menyebabkan volume ekspor Indonesia menurun terutama ke negara tujuan utama di Eropa. Pasar ekspor non migas ke pasar ke Amerika turun dari 9.754,2 Juta US\$ (tahun 2008) menjadi 7.544,7 Juta US\$ (tahun 2009), sedangkan pasar ekspor non migas ke Jepang turun dari 10.418,1 Juta US\$ menjadi 8.091,7 Juta US\$. Selain itu total nilai ekspor sektor industri turun dari 68.949,9 Juta US\$ tahun 2008 menjadi 51.395,7 Juta US\$ tahun 2009 (BPS, 2009).

Namun dampak krisis global yang dialami oleh Indonesia diperhitungkan tidak sedalam dampak krisis yang terjadi di beberapa negara ASEAN lainnya. Menurut Prof. David O.

Dapice dari Universitas Harvard saat menjadi pembicara tunggal dalam pertemuan eksekutif bertajuk ASEAN and the Global Recession di Jakarta pada tanggal 30 Desember 2008 mengatakan bahwa “justru krisis ini diyakini menjadi peluang untuk membenahi perekonomian domestik serta memperkuat perdagangan regional” (Esti&Suryani, 2008 dalam Wheny, 2008).

Industri kreatif merupakan salah satu industri yang dapat bertahan di tengah ancaman krisis global tahun 2008. Hal ini dapat kita lihat melalui tabel dibawah ini :

**Tabel 1.1**  
**Kontribusi Industri Kreatif terhadap Perekonomian Indonesia**  
**Tahun 2005 – 2009**

Indikator	2007	2008	2009	2010 (juni 2010)
PDB konstan (miliar)	145.795	145.239	145.537	157.488
Kontribusi Nasional	7,43%	6,97%	7,04%	7,29%
Nilai Ekspor (miliar)	95.209	114.925	116.651	131.251
Kontribusi terhadap Ekspor Nasional	8,86%	7,52%	10,65%	9,25%
Penyerapan Tenaga Kerja (orang)	7.375.116	7.624.643	8.207.532	8.553.365
Kontribusi Nasional	7,38 %	7,43 %	7,83 %	7,90 %

Sumber : Portal Indonesia Kreatif

Sumber : Portal Indonesia Kreatif Dari data di atas dapat kita lihat bahwa total ekspor industri kreatif pada tahun 2009 tidak mengalami penurunan dari tahun 2008 seperti yang dialami oleh sektor Industri lainnya sebagai akibat dari krisis global.

Hal ini merupakan satu harapan baru bagi perekonomian Indonesia karena industri kreatif adalah industri yang sangat layak untuk dikembangkan dan memiliki peluang yang besar dalam membenahi perekonomian Indonesia.

Salah satu wujud pelaksanaan strateg promosi ekspor (*eksport Promotion*) di Indonesia adalah dengan mengembangkan Industri kreatif yang saat ini menjadi salah satu sumber ekonomi baru yang berpotensi dalam meningkatkan ekspor Nasional.

Indonesia memiliki banyak potensi ekonomi kreatif seperti Indonesia memiliki banyak desainer berkelas internasional, seniman, arsitek, artis panggung, musisi, sampai kepada produser/sutradara yang sudah mendunia. Di sisi lain, produk-produk khas Indonesia seperti batik, songket Palembang, patung Bali, keunikan Papua, berbagai kreasi Jawa Barat, sampai kepada mebel Jepara, juga telah diakui di mancanegara.

Selain itu pada tanggal 18 Oktober 2011, berkaitan dengan reshuffle Kabinet Indonesia Bersatu II dibentuk kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Melihat begitu besarnya dampak industri kreatif terhadap perekonomian, maka sudah tepat langkah pemerintah untuk memberikan perhatian khusus dan memajukan industri kreatif Indonesia. Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk 237.556.363 jiwa (Agustus 2010) memiliki potensi industri kreatif yang sangat besar.

Potensi industri kreatif Indonesia memiliki peluang besar untuk dikembangkan, keanekaragaman budaya, keunikan sumber daya alam, insan-insan kreatif dan pasar domestik yang luas merupakan modal bagi eksistensi industri ini.

## BAB VI ISU-ISU SEPUTAR HKI DALAM DESAIN

*Inti sari dari artikel, Seputar Hak Kekayaan Intelektual Dan Perlindungan Konsumen, diakses 05-01-2015 22.01 pm*

Isu-isu seputar hak kekayaan intelektual membahas tentang adopsi, tiru, modifikasi suatu logo atau merek, Berikut penjelasannya:

### A. 1. PENGERTIAN ADOPSI

Rogers (1983) menyatakan adopsi adalah proses mental, dalam mengambil keputusan untuk menerima atau menolak ide baru dan menegaskan lebih lanjut tentang penerimaan dan penolakan ide baru tersebut. Adopsi juga dapat didefinisikan sebagai proses mental seseorang dari mendengar, mengetahui inovasi sampai akhirnya mengadopsi. Adopsi adalah suatu proses dimulai dan keluarnya ide-ide dari satu pihak, disampaikan kepada pihak kedua, sampai ide tersebut diterima oleh masyarakat sebagai pihak kedua.

Adopsi dalam penyuluhan perikanan pada hakekatnya dapat diartikan sebagai proses penerimaan inovasi atau perubahan perilaku baik yang berupa pengetahuan, sikap, maupun keterampilan pada diri seseorang setelah menerima inovasi yang disampaikan penyuluh pada petani atau masyarakat sasarnya.

Adopsi adalah keputusan untuk menggunakan sepenuhnya ide baru sebagai cara bertindak yang paling baik. Keputusan inovasi merupakan proses mental, sejak seseorang mengetahui adanya inovasi sampai mengambil keputusan untuk menerima atau menolaknya kemudian mengukuhkannya. Keputusan inovasi merupakan suatu tipe pengambilan keputusan yang khas (Suprpto dan Fahrianoor, 2004).

Mardikanto dan Sri Sutarni (1982) mengartikan adopsi sebagai penerapan atau penggunaan sesuatu ide, alat-alat atau teknologi baru yang disampaikan berupa pesan komunikasi (lewat penyuluhan). Manifestasi dari bentuk adopsi ini dapat dilihat atau diamati berupa tingkah laku, metoda, maupun peralatan dan teknologi yang dipergunakan dalam kegiatan komunikasinya.

## 1. CONTOH ADOPSI

**Palang Merah Indonesia (PMI)** adalah sebuah organisasi perhimpunan nasional di Indonesia yang bergerak dalam bidang sosial kemanusiaan. PMI selalu berpegang teguh pada tujuh prinsip dasar Gerakan Internasional Palang Merah dan Bulan sabit merah yaitu kemanusiaan, kesamaan, kesukarelaan, kemandirian, kesatuan, kenetralan, dan kesemestaan. lambang ini sendiri di adopsi dari lambang palang merah internasional,



*Sumber image: <http://wkb57.blogspot.com/2013/05/pengertian-sejarah-palang-merah.html> diakses pada 3 Januari 2015 pukul 07:00 am*

Sampai saat ini PMI telah berada di 33 PMI Daerah (tingkat provinsi) dan sekitar 408 PMI Cabang (tingkat kota/kabupaten) di seluruh Indonesia. Palang Merah Indonesia tidak berpihak pada golongan politik, ras, suku ataupun agama tertentu. Palang Merah Indonesia dalam pelaksanaannya juga tidak melakukan pembedaan tetapi mengutamakan objek korban yang paling membutuhkan pertolongan segera untuk keselamatan jiwanya.

## B. 1. PENIRUAN

Tiru dalam desain merupakan melakukan sesuatu seperti yang diperbuat orang lain atau menyama-nyamai karya yang lain.

Peniru ada di mana-mana di Asia. Benua ini adalah pusatnya hal-hal tiruan. Meski beberapa orang berpendapat bahwa era meniru di Asia akan segera berakhir, saya rasa kita masih harus menunggu hingga saat itu tiba. Di Vietnam, tempat saya tinggal, ada 97 tiruan Groupon pada tahun 2011. Hal yang sama juga terjadi di seluruh Asia. China sendiri telah dikenal secara global untuk barang tiruannya, dan Asia Tenggara juga ikut-ikutan melakukannya. Hal ini mengingatkan saya dengan pencerahan yang saya dapat di workshop mengenai Lean Mindset oleh Mary dan Tom Poppendick yang pernah saya hadiri.

Mary mengatakan: Sesuatu yang kurang rumit mengundang orang-orang untuk mencontek dari Anda. Barang-barang yang tidak ditiru adalah barang-barang yang rumit. Tidak heran jika kita melihat banyak kasus peniruan di Asia. Secara teknis, desain, dan manajemen tim, banyak negara di Asia yang masih tertinggal dari Silicon Valley dimana eksperimen dan kegagalan telah memberikan banyak pengalaman, pengetahuan, dan komunitas. Dan ini masuk akal kan? Berapa lama waktu yang dibutuhkan Android untuk meniru iPhone? Apple merupakan satu-

satunya pemimpin pasar dari tahun 2007 hingga 2010 ketika Android masih belum sepenuhnya marketable.

Apple menciptakan pasar yang benar-benar baru di ranah handphone layar sentuh yang belum pernah dilakukan siapapun sebelumnya. Perlu beberapa tahun untuk menirunya. Dan pada beberapa tahun itu, Apple meraup pundi-pundi kekayaan. Prinsip ini juga berlaku untuk hal yang sedang ditiru oleh startup Anda. Jika Anda bisa menirunya, berarti hal tersebut tidak begitu rumit, yang juga berarti bahwa orang lain akan ikut menirunya. Dan berarti Anda tidak menambahkan nilai yang berarti untuk pasar. Mary memberi contoh yang bagus: sebuah perusahaan yang membangun sistem perjudian di banyak negara membangun perusahaannya untuk memahami hukum-hukum perjudian di negara-negara tersebut.

Hal itu sangat sulit untuk ditiru dan mempunyai nilai lebih, berpotensi jutaan bahkan miliaran dollar. Di Vietnam, alasan mengapa kita melihat kasus peniruan banyak terjadi, yang saya yakini juga terjadi di seluruh Asia, adalah karena secara teknis kita tidak bisa menciptakan ide yang sangat rumit. Kebanyakan developer disini berkuat dengan PHP dan beberapa yang lain dengan aplikasi mobile. Perlu 400 orang untuk membangun CocCoc, mesin pencari asal Vietnam, dan 80 orang untuk membangun Zalo, sebuah aplikasi chatting. Tapi di sisi lain, kenapa ada banyak sekali tiruan e-commerce? Karena mereka sangat mudah untuk ditiru. Semua orang dapat melakukannya.

Maka mereka semua menirunya. Jika Anda mengamati persaingan aplikasi chatting, sudah ada sebelas pemain besar di seluruh Asia, dan masih banyak lagi yang berdatangan. Hal ini menunjukkan betapa sederhananya aplikasi chatting dibuat. Mereka sangat mudah untuk ditiru. Jika Anda melihat sesuatu yang ditiru oleh semua orang, Anda akan segera tahu bahwa hal tersebut tidak rumit. Jadi, para startup, jangan membuat sesuatu yang sederhana dan dapat dengan mudah ditiru. Lakukan penelitian lebih dalam, berusahalah dengan keras untuk membuat sesuatu yang sangat rumit, sehingga sulit untuk ditiru. Pahami bidang Anda, persaingannya, prinsip terdalam dari bidang Anda, dan berinovasilah dari sana. Itulah cara untuk menang.

## 2. CONTOH PENIRUAN

### Konsep Desain iWatch Terbaru Tiru Desain iPhone.



Sumber image: <http://www.trustedreviews.com/i-m-watch-review> diakses pada 3 januari 2015 12:56 am

iWatch dikabarkan merupakan salah satu smartwatch paling ditunggu banyak pihak. Setelah beberapa tahun yang lalu diperbincangkan, akhirnya dalam waktu dekat revolusi tersebut tercapai. Apple diprediksi akan sekaligus memperkenalkan iWatch pada acara 9 September mendatang. Namun bagi anda yang tertarik dengan konsep desain yang dibesut oleh pihak tidak resmi, konsep baru dibawah tentunya menarik disimak. Ya, konsep kali ini dibuat oleh Martin Hajek, desainer yang sering kali menelurkan desain konsep perangkat lain secara mendetil berdasarkan rumor yang beredar. Teknokerz bisa langsung melihat beberapa foto dibawah, anda suka?

### Konsep Desain iWatch Terbaru Tiru Desain iPhone News Gallery



Sumber image: <http://www.trustedreviews.com/i-m-watch-review> diakses pada 3 januari 2015 12:56 am

## Konsep Desain iWatch Terbaru Tiru Desain iPhone News Gallery



Sumber image: <http://www.trustedreviews.com/i-m-watch-review> diakses pada 3 januari 2015 12:56 am

### C. MODIFIKASI

#### ✚ Pengertian Modifikasi

Modifikasi adalah cara merubah bentuk sebuah barang dari yang kurang menarik menjadi lebih menarik tanpa menghilangkan fungsi aslinya,serta menampilkan bentuk yang lebih bagus dari aslinya.

## 1. REVOLUSI DAN MODIFIKASI LOGO MEREK

Dibawah ini adalah logo dari merk top dunia, sebuah perusahaan besar pastilah memiliki sejarah yang panjang, jadi tak ada salahnya kita tau dari sejarah mereka.

### Shell



Sumber image: <http://onoaja.blogspot.com/2013/06/revolusi-dan-modifikasi-logo-merk.html> diakses pada 3 januari 2015 13:02 am

### Xerox



Sumber image: <http://onoaja.blogspot.com/2013/06/revolusi-dan-modifikasi-logo-merk.html> diakses pada 3 januari 2015 13:02 am

## 2. KASUS MODIFIKASI LOGO

Merek dagang adalah sebuah kata, simbol, atau gabungan yang mengidentifikasi sumber produk dan membedakannya dari produk lain. Merek dagang secara khusus didapatkan oleh perusahaan atau entitas lain melalui proses hukum dan setelah didapatkan memberikan hak eksklusif kepada pemilik atas penggunaan merek dagang sehubungan dengan barang tersebut.

Pelanggaran merek dagang adalah penggunaan merek dagang dengan tidak benar atau tanpa izin dengan cara yang dapat menyebabkan kebingungan tentang sumber produk tersebut. Kebijakan Google Play melarang aplikasi yang melanggar merek dagang. Jika Anda memublikasikan aplikasi di Google Play yang menggunakan merek dagang pihak lain dengan cara yang dapat menyebabkan kebingungan, aplikasi Anda dapat ditangguhkan dan akun pengembang Anda dihentikan.

Saat Anda merancang aplikasi dan menyiapkan publikasi, pastikan Anda meninjau kebijakan Google Play dan menganalisis semua konten. Jika aplikasi menggunakan merek dagang yang tidak dimiliki oleh Anda, atau jika Anda tidak yakin apakah suatu merek adalah merek dagang, sebaiknya dapatkan nasihat hukum sebelum memublikasikannya. Seperti hak cipta, aturan berbeda di setiap negara dan dapat menjadi rumit.

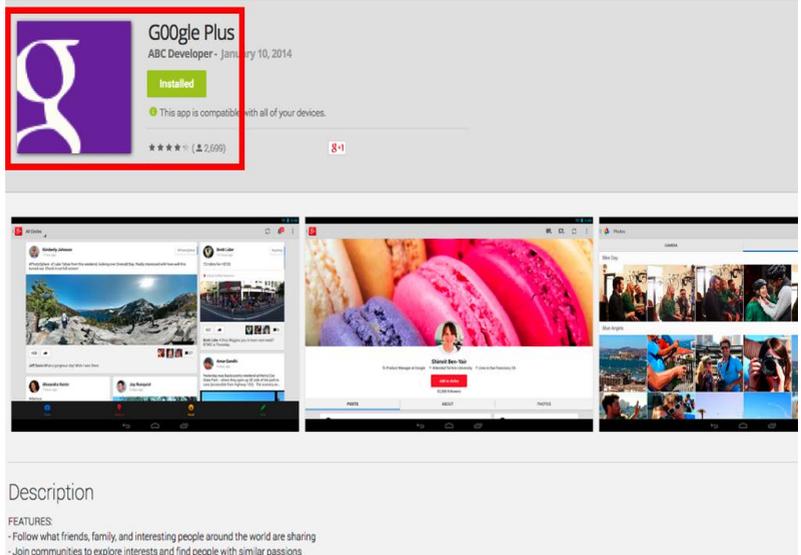
Berikut ini beberapa panduan untuk menghindari pelanggaran kebijakan pelanggaran merek dagang:

- Memahami dan mengikuti hukum merek dagang  
Jangan biarkan aplikasi Anda melanggar merek dagang orang lain.
- Kenali konten aplikasi Sebelum Anda memublikasikannya, cari merek dan kemungkinan merek dagang yang digunakan dalam aplikasi dan cantuman store, lalu dapatkan nasihat hukum jika perlu.
- Gunakan nama yang berbeda Jangan beri nama aplikasi yang membingungkan karena mirip dengan merek dagang perusahaan lain.
- Jangan menggunakan merek dagang untuk menyiratkan hubungan Jangan mendeskripsikan aplikasi menggunakan merek dagang perusahaan lain dengan cara yang menyiratkan dukungan oleh atau afiliasi dengan perusahaan lain.
- Gunakan ikon dan logo aplikasi yang berbeda—  
Jangan menggunakan versi modifikasi logo bermerek dagang milik perusahaan lain.

Penafian yang menyatakan bahwa aplikasi Anda tidak berafiliasi dengan pemilik merek dagang atau bahwa aplikasi Anda bukan aplikasi "resmi" mungkin tidak cukup untuk menghindari pelanggaran. Selain itu, aplikasi "tidak resmi" ini dapat melanggar kebijakan penuruan.

Di bawah ini contoh aplikasi yang melanggar kebijakan Google Play dengan melanggar merek dagang pihak lain. Terutama sekali:

- Nama contoh aplikasi membingungkan karena mirip dengan merek dagang pihak lain.
- Ikon contoh aplikasi adalah versi modifikasi logo pihak lain.



*Sumber image: [www.elandroidelivre.com](http://www.elandroidelivre.com) diakses pada 3 januari 2015 13:20 am*

## BAB VII KASUS PELANGGARAN HAK CIPTA, PATEN, MEREK

### 1. KASUS HAK CIPTA

Intisari dari: <http://www.pustakaguru.com/2011/07/pengertian-haki-dan-dasar-hukumnya.html> diakses pada 4 januari 2015 pukul 07:00 pm

#### A. Prudential digugat kasus pelanggaran hak cipta



Sumber image: <http://nasional.kontan.co.id>  
diakses pada 4 jauari 2015 pukul 07:12 pm

JAKARTA. PT Prudential Life Assurance, (Prudential Indonesia) saat ini sedang terganjal kasus hukum. Perusahaan asuransi asal Inggris ini tengah digugat di Pengadilan Niaga Jakarta Pusat oleh perusahaan konsultan dari negeri Paman Sam, The Institute for Motivational Living Inc lantaran dituding telah melakukan pelanggaran hak cipta.

*The Institute for Motivational Living* mempermasalahkan sebuah modul yang telah digunakan oleh Prudential yang berjudul "Mengenai Tipe & Karakter Manusia Melalui: DISC Profile (what, why, how). Modul tersebut dinilai

secara substansial dan khas sama dengan hasil ciptaanya yakni dengan judul “Understanding Your Personality Style Power Point” dan “Person to Person”.

"Meski bentuk dan isinya telah diubah sedemikian rupa namun secara substansial dan khas merupakan ciptaan kami," kata Heru Muzaki, kuasa hukum The Institute for Motivational Living, Minggu (7/11).

Heru menjelaskan bahwa materi ciptaan sudah dibuat The Institute for Motivational Living sejak tahun 2000. Bahkan hak cipta atas materi ciptaan “Understanding Your Personality Style Power Point” dan “Person to Person” itu sudah terdaftar dan mendapatkan sertifikatnya di negeri Paman Sam. Materi ini sudah menyebar ke berbagai negara. Di Indonesia sendiri, materi ciptaan ini sudah diterjemahkan dalam bahasa Indonesia pada tahun 2003.

Tahun 2009, The Institute for Motivational Living mendengarkan kabar bahwa ada pelanggaran hak cipta atas materi ciptaanya. Prudential menggunakan modul Mengenai Tipe & Karakter Manusia Melalui: DISC Profile tersebut untuk pelatihan yang diadakan oleh PruSales Academy.

The Institute for Motivational Living menilai kegiatan pelatihan itu bersifat komersil lantaran untuk melatih agen-agen untuk dapat menjual produk asuransi secara maksimal. "Prudential memperbolehkan peserta pelatihan memperbanyak secara gratis dan dalam modul itu tidak dicantumkan nama kami selaku pemegang hak cipta," ujarnya.

---

Atas perihal ini, The Institute for Motivational Living sempat tiga kali mengirimkan somasi dalam rentan waktu bulan Juli sampai September 2010. Namun sampai gugatan ini dilayangkan pada 1 Oktober lalu ke Pengadilan belum mendapatkan hasil yang memuaskan. "Memang sudah ada pembicaraan tapi belum menemukan titik temu" jelasnya.

Dalam gugatannya, The Institute for Motivational Living mengklaim tidak mendapatkan manfaat yang sebenarnya dari hasil materi ciptaannya. Makanya, The Institute for Motivational Living menuntut ganti rugi baik materiil maupun materiil sebesar US\$1,190 juta kepada Prudential.

Tidak hanya itu. The Institute for Motivational Living meminta Majelis Hakim untuk menghukum Prudential dengan membuat pengumuman di dua media nasional yang isinya meminta kepada pihak-pihak yang memiliki modul untuk mengembalikannya ke The Institute for Motivational Living atau memusnahkan modul tersebut.

Nini Sumohandoyo, Corporate Marketing Communications Director PT Prudential belum dapat memberikan komentarnya terkait gugatan The Institute for Motivational Living. Nini menegaskan, bahwa sejauh ini pihaknya tengah berupaya untuk menyelesaikan sengketa ini secara baik. "Permasalahan ini masih terus diupayakan untuk diselesaikan secara baik oleh para pengacara kami" ucapnya.

---

## B. KASUS INUL DARATISTA

Inul Daratista Dipolisikan Karena Pelanggaran Hak Cipta



Sumber image: <http://celebrity.okezone.com/>  
diakses pada 4 Januari 2015 pukul 07:38 pm

Inul Daratista Dipolisikan karena Pelanggaran Hak Cipta, Penyanyi dangdut sekaligus pengusaha rumah karaoke, Inul Daratista, kembali harus berurusan dengan hukum. Dia dilaporkan label Nagaswara, dan Harpa record ke polisi pada Jumat (8/8) terkait kasus pelanggaran hak cipta.

Produser Nagaswara, Rahayu Kertawiguna menilai pemilik *goyang ngebor* itu melanggar *mechanical rights* karena tidak menggunakan master asli alias tanpa izin atau tanpa lisensi dari pihak Nagaswara dan Harpa Record, untuk lagu-lagu yang dipakai di rumah karaoke Inul Vizta.

"Selama ini, *mechanical right* tidak pernah disebut," ungkap Rahayu, saat jumpa pers di kantor Nagaswara, Menteng, Jakarta Pusat, Selasa (12/8/2014).

Rahayu merasa industri musik Indonesia sudah tidak seperti dulu lagi. Hak produser atau mechanical rights tidak lagi diperhatikan dengan baik. Nagaswara berjanji, tidak hanya akan menuntut Inul Vista, namun juga rumah-rumah karaoke lainnya yang terbukti merugikan pihaknya.

"Padahal sebelum jadi karya, dan dilempar ke pasar, harus melewati proses yang panjang. Proses itu harus dihargai," tandasnya.

Sekadar diketahui, sebelumnya Inul dan Inul Vizta juga sempat berurusan dengan hukum karena kasus pelanggaran hak cipta. Saat itu, Inul berseteru dengan Karya Cipta Indonesia (KCI) terkait pembayaran royalti penggunaan lagu dari bisnis karaoke milik Inul tersebut. Inul Vizta juga pernah dilaporkan band Radja ke polisi karena masalah yang sama.

## 2. PENGERTIAN MEREK

Merek atau **merek dagang** adalah nama atau simbol yang diasosiasikan dengan produk/jasa dan menimbulkan arti psikologis/asosiasi.

### A. OBJEK PERLINDUNGAN

1. Perlindungan atas Merek  
Hak atas Merek adalah Hak Eksklusif yang diberikan negara kepada “Pemilik Merek Yang Terdaftar” dalam daftar umum Merek untuk jangka waktu tertentu menggunakan sendiri Merek tersebut atau memberi izin kepada seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama, atau Badan Hukum untuk menggunakannya.
2. Hal penting yang perlu untuk diketahui  
Perlindungan atas Merek Terdaftar yaitu adanya Kepastian Hukum atas Merek Terdaftar baik untuk digunakan, diperpanjang, dialihkan dan dihapuskan. Sebagai alat bukti bila terjadi sengketa pelanggaran atas Merek Terdaftar.

### C. STATUS PENDAFTARAN

Indonesia mengenal atau menganut azas konstitutif yaitu : hak atas Merek diperoleh atas pendaftarannya, artinya pemegang Hak Merek adalah seseorang yang mendaftarkan untuk pertama kalinya di Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual.

### D. JANGKA WAKTU PERLINDUNGAN

Jangka waktu perlindungan merek 10 tahun dihitung sejak tanggal penerimaan pendaftaran (filing date). Setelah 10 tahun dapat diperpanjang kembali.

### F. JENIS-JENIS MEREK

#### Jenis- Jenis Merek

- **Merek Dagang**  
Merk dagang adalah merk yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang-barang sejenis lainnya.
- **Merek Jasa**  
Merk jasa adalah merk yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa-jasa sejenis lainnya.
- **Merek Kolektif**  
Merk kolektif adalah merk yang digunakan pada barang dan/atau jasa dengan karakteristik yang sama yang

diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa sejenis lainnya.

Fungsi dari merek dapat dikatakan sebagai pemberitahu dan pembanding produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan atau seseorang dengan produk dari perusahaan lain atau orang lain. Dapat dikatakan pula fungsi dari merek adalah sebagai jaminan mutu produk tersebut terutama dari segi kualitasnya. Oleh karena itu agar kepemilikan dan merek tersebut diakui oleh konsumen, maka dibutuhkan suatu hak merek agar tidak mudah di salah gunakan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab, seperti menduplikasi merek tersebut dengan merubah beberapa kata dari merek tersebut tetapi jenis produk sama ataupun sebaliknya.

Kasus merek di Indonesia banyak terjadi baik bidang industri. Kasus-kasus tersebut bahkan ada yang menuai kontroversi dan ada yang masih saat ini tetap beredar di pasaran. Penulisan ini saya akan membahas salah satu contoh kasus merek yang beredar di pasaran, beserta analisis dan contoh-contoh lainnya.

## 1. PEMALSUAN MILK BATH MEREK THE BODY SHOP.

Milk Bath adalah salah satu produk kosmetik yang dikeluarkan oleh THE BODY SHOP INTERNATIONAL PLC, suatu perusahaan kosmetik terkenal dari Inggris. Milk Bath digunakan untuk keperluan mandi yang mempunyai sifat larut dalam air, dan berfungsi untuk memutihkan badan. Produk-produk the Body Shop juga telah dipasarkan secara luas di Indonesia melalui pemegang lisensinya, yakni PT. MONICA HIJAU LESTARI.

Bentuk Pelanggaran :

Pada pertengahan tahun 1996 PT. MONICA HIJAU LESTARI banyak menerima keluhan dari konsumen mengenai produk milk bath (susu untuk mandi) yang berbeda dari produk yang sebelumnya biasa dipakai. Setelah diteliti ternyata produk tersebut tidak sama dengan produk yang dikeluarkan oleh THE BODY SHOP INTERNATIONAL PLC, dan diyakini produk milk bath yang beredar tersebut adalah palsu, dan ciri-ciri produk palsu tersebut, antara lain :

Menggunakan kemasan dari plastik yang dibungkus oleh kain, dan memiliki bentuk yang hampir sama dengan kemasan produk yang asli,

namun mempunyai ukuran yang lebih kecil dibandingkan dengan produk yang asli;

1. Milk Bath yang palsu tersebut tidak larut dalam air.
2. Tidak mempunyai pengaruh/khasiat untuk memutihkan tubuh.
3. Dipasarkan dengan sistem direct selling.

#### Catatan :

Untuk mencari siapa pelaku pemalsuan produk ini, tidaklah mudah. Sistem pemasaran yang tidak tetap juga mempersulit pelacakan terhadap pelaku pemalsuan. Namun setelah beberapa bulan kemudian, diketahui produk-produk palsu ini tidak lagi ditemukan dipasaran.

## 2. DUNKIN' DONUT VS DONATS' DONUTS



Sumber image: <http://thegroundbean.com/the-k-cup-challenge-dunkin-donuts-vs-donut-shop> diakses pada 4 januari 2015 pukul 07:41 pm

Merek DUNKIN' DONUTS milik DUNKIN' DONUTS INC., USA, telah terdaftar di banyak negara di dunia, termasuk di Indonesia Merek DUNKIN'

DONUTS, antara lain terdaftar untuk jenis-jenis jasa restoran (kelas 42), dan untuk produk-produk makanan (kelas 30).

Kalau kita memperhatikan gambar dari restoran DONATS' DONUTS, maka kita akan melihat adanya bentuk-bentuk pelanggaran sebagai berikut.

Bentuk pelanggaran :

Adanya persamaan pada pokoknya dalam bentuk tulisan, bentuk huruf dan kombinasi warna (pink dan oranye) antara merek DONAT's DONUTS yang dipergunakan sebagai mana restoran (merek jasa) dengan bentuk tulisan dan kombinasi warna dengan merek DUNKIN' DONUTS.

Merek DONATS' DONUTS yang memiliki persamaan dalam bentuk tulisan dan kombinasi warna dengan merek DUNKIN' DONUTS, ternyata juga digunakan pada kotak kemasan makanan, dan minuman.

Penggunaan merek DONATS' DONUTS yang dalam bentuk tulisan dan kombinasi warna memiliki kesamaan dengan merek DUNKIN' DONUTS, dapat menimbulkan kekacauan tentang asal usul barang dan dapat berpengaruh terhadap nama baik DUNKIN' DONUTS INC. selaku pemilik merek yang sah;

Persoalan ini diselesaikan diluar pengadilan, dan setelah mendapat surat peringatan dari Kuasa Hukum DUNKIN' DONUTS INC, pemilik restoran Donats Donuts, melakukan perubahan-perubahan

atas bentuk tulisan dan kombinasi warna pada kotak kemasan makanan dan minuman, juga pada nama restorannya.

### 3. MEREK BARBIE VS BABIE

MATTEL INC., suatu perseroan menurut Undang-undang Negara Amerika Serikat, bergerak dibidang produksi berbagai jenis permainan untuk anak-anak dengan bermacam-macam merek. Salah satu hasil produksi MATTEL INC., adalah produk boneka wanita yang diberi merek BARBIE.

Boneka BARBIE ini telah dikenal luas dibanyak negara di dunia, termasuk di Indonesia. Merek BARBIE juga telah terdaftar di Indonesia, terdaftar di bawah nomor pendaftaran 380107 dan 387123.

Keterkenalan merek BARBIE telah memancing pihak-pihak ketiga untuk mengambil keuntungan dengan cara membuat, memasarkan dan produk-produk sejenis dan menggunakan merek-merek yang memiliki persamaan pada pokoknya. Salah satu contoh adalah pada boneka yang menggunakan merek BABIE.

Bentuk pelanggaran pada merek BABIE, adalah :

Merek BABIE memiliki persamaan dalam bentuk tulisan, bunyi, ucapan dan kombinasi warna dengan merek BARBIE. Merek BABIE digunakan untuk barang yang sejenis dengan merek BARBIE, yakni boneka; Keberadaan merek BABIE, dapat merusak citra perusahaan MATTEL INC. yang sudah.