



ACTA DIURNAL

Jurnal Ilmu Hukum Kenotariatan Fakultas Hukum Unpad

ISSN: 2614-3542 EISSN: 2614-3550

Volume 4, Nomor 1, Desember 2020

Artikel diterbitkan 29 Desember 2020, DOI: <https://doi.org/10.23920/acta.v4i1.270>

Halaman Publikasi: <http://jurnal.fh.unpad.ac.id/index.php/acta/issue/archive>

---

## PERLINDUNGAN KEKAYAAN INTELEKTUAL KARYA KREATIF DAN INOVATIF BISNIS *STARTUP* DI INDONESIA DALAM ERA INDUSTRI 4.0 DAN *SOCIETY 5.0*

Sudaryat, Universitas Padjadjaran, Bandung, email: [sudaryat@unpad.ac.id](mailto:sudaryat@unpad.ac.id)

Dadang Epi Sukarsa, Universitas Padjadjaran, Bandung, email: [dadang@unpad.ac.id](mailto:dadang@unpad.ac.id)

Ahmad M. Ramli, Universitas Padjadjaran, Bandung, email: [ahmad.ramli@unpad.ac.id](mailto:ahmad.ramli@unpad.ac.id)

### ABSTRAK

Aktivitas olah pikir rasio manusia dapat menghasilkan karya kreatif dan inovatif. Di era industri 4.0 dan *society 5.0*, bisnis telah berubah. Lahirnya perusahaan *startup* di Indonesia seperti gojek, bukalapak, dan ruang guru telah membukakan mata kita bahwa bisnis era sekarang tidak perlu memiliki produk, namun dapat eksis dan memiliki kapitalisasi yang tinggi. Sebagai perusahaan rintisan yang masih dalam penelitian dan pengembangan juga mencari pasar, perlu dukungan dari kekayaan intelektual diantaranya adalah hak cipta, merek dan paten. Program aplikasi yang digunakan oleh perusahaan *startup* perlu mendapatkan perlindungan hak cipta. Melalui sistem deklaratif negative memungkinkan program aplikasi ini mendapat perlindungan hukum sejak pertama kali dipublikasikan dan pendaftaran berfungsi sebagai alat bukti hak. Sepanjang memenuhi syarat keaslian dan telah berwujud maka karya cipta tersebut mendapat perlindungan hak cipta. Merek memberi perlindungan kepada bisnis *startup* sehingga merek yang digunakan mampu menjadi pembeda dengan kompetitornya, sarana promosi, jaminan kualitas serta informasi asal usul bisnis *startup*. Teknologi yang dikembangkan oleh perusahaan bisnis *startup* perlu mendapat perlindungan paten sehingga terlindungi dari tindakan pihak lain dalam klaim dan penggunaan yang merugikan pelaku bisnis *startup*. Guna mendapatkan perlindungan merek dan paten, pelaku bisnis *startup* perlu melakukan langkah pendaftaran ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual karena merek dan paten menganut sistem konstitutif.

**Kata kunci:** inovatif; intelektual; karya; kreatif; rintisan.

### ABSTRACT

*Human ratio thinking activities can produce creative and innovative work. In the era of industry 4.0 and society 5.0, business has changed. The emergence of startup companies in Indonesia such as gojek, Bukalapak, and teachers' room has opened our eyes that today's businesses do not need to have a product, but can exist and have high capitalization. As a startup company that is still in research and development and is also looking for a market, it needs support from intellectual property, including copyrights, brands and patents. Application programs used by startup companies need copyright protection. Through a negative declarative system, this application program allows legal protection since it was first published and registration serves as proof of rights. As long as it meets the original requirements and is tangible, the copyrighted work is protected by copyright. Brands provide protection to startup businesses so that the brand used can be a differentiator with its competitors, a means of promotion, quality assurance and information on the origins of the startup business. Technologies developed by startup business companies need patent protection so that they are protected from the actions of other parties in claims and uses that are detrimental to startup businesses. In order to obtain trademark and patent protection, startup businesses need to register at the Directorate General of Intellectual Property because trademarks and patents adhere to a constitutive system.*

**Keywords:** creative; innovative; intellectual; pilot; work.

## PENDAHULUAN

Indonesia sampai saat ini tercatat sebagai negara berkembang. Perekonomian Negara yang sedang berkembang demi mencapai cita-cita bangsa diwujudkan dalam pembangunan ekonomi nasional yang berkelanjutan. Dalam proses pembangunan yang berkelanjutan, para penggiat pembangunan yakni pemerintah maupun masyarakat, baik perseorangan maupun badan hukum membutuhkan biaya cukup besar.<sup>1</sup> Indonesia termasuk cukup terbuka dalam bidang perekonomian sehingga perekonomian Indonesia juga menjadi bagian dari perekonomian dunia dengan ditandatanganinya keikutsertaan dalam perdagangan bebas ASEAN, ASIA serta ASIA PASIFIK. Oleh karena itu terjadinya krisis keuangan dunia berpengaruh besar terhadap perekonomian Indonesia.

Saat ini, industri di dunia tengah memasuki generasi baru yaitu generasi industri 4.0. Industri 4.0 adalah *trend* di dunia industri yang menggabungkan antara teknologi otomatisasi dengan teknologi *cyber*. Pada industri 4.0, teknologi manufaktur sudah masuk pada tren otomatisasi dan pertukaran data. Hal tersebut mencakup sistem *cyber-fisik*, *internet of things* (IoT), komputasi awan, dan komputasi kognitif. Danrivanto Budhijanto menyatakan bahwa Revolusi Industri keempat atau *The Fourth Industrial Revolution* (Revolusi Industri 4.0) telah membawa tantangan baru. Revolusi Industri 4.0 yang luar biasa cepat telah berdampak pada perubahan teknologi dan sosial maka adalah hal keliru untuk memastikan hasil yang tepat jika hanya mengandalkan legislasi dan insentif dari pemerintah/regulator.<sup>2</sup>

Perkembangan industri 4.0 harus diimbangi dengan kesiapan masyarakatnya dalam menghadapi perkembangan industri 4.0 yang sekarang dikenal dengan istilah *society* 5.0. *Society* 5.0 adalah masa depan baru umat manusia dengan pemanfaatan teknologi dalam berbagai aspek kehidupan. Era *society* 5.0 pertama kali diperkenalkan oleh Perdana Menteri Jepang Shinzo Abe dengan tujuan menyeimbangkan kemajuan teknologi dengan penyelesaian masalah sosial yang terintegrasi. Keseimbangan masyarakat perlu dalam rangka mengantisipasi berkembangnya *industry* 4.0 dengan banyak diciptakan kecerdasan buatan (*artificial intelligence*).

Pada era Industri 4.0, kreativitas dan inovasi rasio manusia yang berkaitan dengan pemanfaatan teknologi informasi memunculkan model bisnis baru yang dikenal dengan istilah *startup*. Menurut Paul Graham, perusahaan *startup* adalah perusahaan yang dibentuk untuk berkembang dalam waktu yang singkat. Perusahaan *startup* ialah perusahaan yang sedang dalam masa pengembangan dan penelitian. Perusahaan *startup* seringkali memanfaatkan internet dalam pengembangan bisnisnya. *Startup* adalah bisnis rintisan yang diharapkan dapat tumbuh dan menguasai ceruk pasar secara cepat

---

<sup>1</sup> Pio Salvator Ginting Suka, I Wayan Wiryawan, I Nyoman Mudana, " Hak Paten Sebagai Objek Jaminan Fidusia," *Jurnal Kertha Semaya*, Vol. 4, Universitas Udayana, Bali: 2016, hlm.1.

<sup>2</sup> Danrivanto Budhijanto, "Yuridiksi Virtual Dalam Revolusi Industri 4.0," <[www.kumparan.com](http://www.kumparan.com)> [diakses tanggal 30 Maret 2019].

dan selanjutnya berubah menjadi perusahaan yang lebih besar. Bisnis *startup* biasanya lebih mengutamakan ide-ide baru dan memberi solusi permasalahan bagi konsumen. Bisnis *startup* juga biasanya mengandalkan teknologi untuk membantu pertumbuhan bisnis, maka tidak salah jika sebagian orang memandang bisnis *startup* merupakan bisnis yang bergerak di bidang teknologi.<sup>3</sup>

Situasi tersebut berlaku pula di Indonesia, banyak bermunculan pengusaha muda Indonesia yang terkenal dengan usaha *startup*-nya. Pada abad 21 ini, di Indonesia tampaknya sudah tidak asing lagi mendengar istilah perusahaan yang bergerak di bidang *startup*. Tidak dapat dipungkiri bahwa perkembangan *startup* di Indonesia terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Pada kuartal pertama Tahun 2015, salah satu negara yang paling disorot adalah Indonesia. *Startup* merupakan bagian berbagai produk-produk ekonomi kreatif yaitu aplikasi. Ekonomi kreatif sendiri ternyata berkontribusi pada perekonomian yaitu peningkatan produk domestik bruto, penciptaan lapangan pekerjaan dan ekspor. Terdapat 17 sub sektor ekonomi kreatif yaitu penerbitan, arsitektur, desain produk, *fashion*, desain interior, desain komunikasi visual, aplikasi dan game, film, animasi dan video, fotografi, musik, televisi dan radio, seni pertunjukan, kriya, kuliner, seni rupa, dan periklanan. 3 sub sektor di antaranya menjadi penyumbang terbesar pada Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Yakni, produk fesyen, kuliner, dan kriya. Kuliner memiliki nilai kontribusi terhadap PDB sebesar 41%, fesyen berkontribusi terhadap PDB sebesar 17% dan kriya berkontribusi pada PDB sebesar 14,9%.<sup>4</sup> Mayoritas dari ekonomi kreatif adalah hak cipta. Sisanya kekayaan intelektual lainnya seperti merek dan desain industri.

Perkembangan dari produk ekonomi kreatif didukung oleh media perdagangan secara elektronik atau dikenal dengan istilah *e-commerce* yang di dalamnya terdapat media sosial seperti Facebook, Instagram, Line dan twitter, situs mandiri seperti *online shop* serta *online market place*/situs bersama. Hal ini membuat karya atau produk ekonomi kreatif begitu bernilai komersial dan cepat dikenal oleh masyarakat. Bahkan saat ini begitu berkembang perusahaan *over the top* atau disingkat dengan OTT. OTT adalah layanan dengan konten berupa data, informasi atau multimedia yang berjalan melalui jaringan internet. Dari sisi omzet penjualan dan pendapatan ternyata perusahaan OTT memiliki omzet dan tingkat pendapatan yang berkali lipat lebih besar jika dibandingkan dengan perusahaan telekomunikasi sendiri. Beberapa perusahaan OTT diantaranya adalah Facebook, Twitter, WhatsApp, Instagram, Viber dan lain-lain.

---

<sup>3</sup> Tanpa penulis, "mengenai bisnis *startup*, peluang dan tips untuk memulainya," <<https://www.jurnal.id/id/blog/>> [diakses tanggal 20 Desember 2020].

<sup>4</sup> Tanpa penulis, "Tiga Subsektor Ekonomi Kreatif yang menyumbang pada PDB Indonesia," <<https://money.kompas.com>> [diakses tanggal 08 Agustus 2020]

Perusahaan OTT dan perusahaan *startup* lahir dan berkembang karena adanya perkembangan teknologi informasi. *Startup* adalah sebuah perusahaan yang baru saja di bangun atau dalam masa rintisan, namun tidak berlaku untuk semua bidang usaha, istilah *startup* ini lebih di kategorikan untuk perusahaan bidang teknologi dan informasi yang berkembang di dunia internet. Jenis bisnisnya dapat beragam, misalnya seperti pengembang aplikasi, sistim pembayaran, jasa, perdagangan dan lain sebagainya.<sup>5</sup> Menurut *business dictionary*, *startup* adalah tahap awal suatu perusahaan dimana pengusaha bergerak mulai dari tahap ide usaha, pembiayaan, meletakkan dasar struktur usaha kemudian memulai usaha. Namun sebagian orang belakangan ini mengartikan startup dengan perusahaan yang baru memulai dengan memanfaatkan teknologi, khususnya teknologi internet. Bisnis *startup* yang berkembang di Indonesia diantaranya adalah Kaskus, Gojek, Grab, Bukalapak, Tiket.com dll.

Bisnis *startup* sangat dipengaruhi oleh jumlah pengguna internet. Menurut lembaga riset pasar yaitu *E-Marketer* menyatakan bahwa jumlah pengguna internet pada tahun 2014 di Indonesia mencapai 83.7 juta pengguna. Jumlah pengguna tersebut dihitung selama satu bulan. Dengan angka tersebut membawa Indonesia menduduki peringkat ke 6 sebagai pengguna internet terbesar di dunia pada tahun tersebut. Pada tahun 2017 jumlah pengguna internet mengalami kenaikan yang besar yaitu mencapai 112 juta pengguna. Jumlah tersebut mengalahkan Jepang sehingga Indonesia naik menjadi peringkat ke 5 sebagai negara dengan penggunaan internet terbesar di dunia.<sup>6</sup>

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia atau yang dikenal dengan APJII, menyatakan bahwa survei penetrasi untuk pengguna internet di Indonesia pada tahun 2018 mengalami kenaikan. Berdasarkan hasil survei tersebut, jumlah pengguna internet naik hingga mencapai 171.17 juta pengguna pada tahun 2018. Pengguna internet mencapai 64.8% dari jumlah total penduduk Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa internet berperan penting bagi manusia di berbagai aspek kehidupan. Internet memang memberikan kemudahan dalam mencari informasi terbaru di seluruh dunia. Namun, penggunaan internet seharusnya dapat tersaring atau terfilter agar tidak mengandung konten yang berbahaya.

Kreativitas dan inovasi di era teknologi informasi, *industry 4.0* dan *society 5.0*, perlu mendapatkan perlindungan hukum khususnya perlindungan hukum kekayaan intelektual. Tiga kekayaan intelektual yang sangat terkait diantaranya adalah hak cipta, merek dan paten. Hak Cipta merupakan bentuk kekayaan intelektual yang melindungi karya di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra yang mengutamakan pada keaslian dan telah berbentuk, sedangkan merek merupakan bentuk kekayaan intelektual yang terkait langsung dengan konteks perdagangan yang berfungsi sebagai

---

<sup>5</sup> Tanpa Penulis, "Pengertian Startup dan contoh bisnisnya," <<https://infopengusaha.org>> [diakses tanggal 07/03/2020].

<sup>6</sup> Kompas, "Pengguna Internet di Indonesia," <<https://kominfo.go.id>> [diakses tanggal 21 Desember 2020].

pembeda antara produk satu dengan produk yang lain, jasa yang satu dengan jasa yang lain, jaminan kualitas, sarana promosi dan informasi asal usul barang. Sementara paten adalah kekayaan intelektual yang melindungi karya kreatif dan inovatif dibidang teknologi baik produk ataupun proses.

Faktanya pelaku usaha bisnis *startup* Indonesia belum maksimal mendapatkan perlindungan kekayaan intelektual. Tingkat pendaftaran hak kekayaan intelektualnya masih rendah. Hal ini diakui sendiri oleh Direktur Jenderal Kekayaan Intelektual. Pemahaman pentingnya perlindungan kekayaan intelektual di kalangan generasi muda dengan karya kreatif dan inovatif yang berujung pada terciptanya beraneka bisnis *startup* sebagai suatu kebutuhan masih perlu ditingkatkan.

## PEMBAHASAN

### **Karya Kreatif dan inovatif Bisnis Startup sebagai Kekayaan Intelektual yang Layak Dilindungi Hak Cipta**

Kekayaan Intelektual (selanjutnya disingkat KI) adalah terjemahan resmi dari *Intellectual Property Rights* (IPRs). Berdasarkan substansinya, KI berhubungan erat dengan benda tidak berwujud serta melindungi karya intelektual yang lahir dari cipta, rasa dan karya manusia. KI merupakan produk kreasi dan inovasi rasio manusia. Agus Sardjono berpendapat bahwa KI sebagai sebuah hak yang tidak dapat dilepaskan dari persoalan ekonomi. KI indetik dengan komersialisasi karya intelektual. Perlindungan KI tidak relevan apabila tidak dikaitkan dengan proses atau kegiatan komersialisasi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, komersialisasi adalah perbuatan menjadikan sesuatu sebagai barang dagangan. Komersialisasi merupakan serangkaian upaya dari pengembangan dan pemasaran sebuah produk atau proses dan penerapan proses dalam kegiatan produksi.<sup>7</sup> Kegiatan produksi bertujuan meningkatkan nilai tambah. Terdapat nilai tambah dari suatu produk kekayaan intelektual dan bagi pemiliknya melekat hak ekonomi.

KI terdiri dari beberapa bentuk, yaitu hak cipta termasuk hak-hak terkait dengan hak cipta, dan hak kekayaan industri meliputi merek dan indikasi geografis, paten, desain industri, desain tata letak sirkuit terpadu, rahasia dagang dan perlindungan varietas tanaman. Bentuk-bentuk KI tersebut merupakan KI individual, di samping itu terdapat KI komunal seperti pengetahuan tradisional dan ekspresi budaya tradisional yang sampai saat ini masih diperjuangkan untuk diakui juga dalam organisasi perdagangan dunia (*World Trade Organization* (WTO)) oleh organisasi kekayaan intelektual dunia (*World Intellectual Property Organization* (WIPO)).

KI sendiri dibicarakan dalam forum WTO terutama pada annex I C karena terkait dengan perdagangan. Perdagangan sekarang ini sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Menurut Jimly Asshiddiqie, Teknologi telah mengubah perilaku masyarakat dan

---

<sup>7</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta: 2007.

peradaban manusia secara global. Bahkan kehadiran internet yang sangat fenomenal ini semakin mengukuhkan pendapat bahwa teknologi informasi dan komunikasi telah menjadi *mainstream* budaya masyarakat dunia saat ini<sup>8</sup> Perubahan telah terjadi dan mau tidak mau harus mengikuti perubahan tersebut jika tidak maka akan ditinggalkan dengan perubahan tersebut. Renald Kasali mengutarakan bahwa digitalisasi kehidupan telah membawa perubahan yang sangat signifikan terhadap cara setiap orang melakukan konsumsi, kegiatan ekonomi produktif, menyebarkan informasi dan menjalani kehidupan itu sendiri Hal ini berpengaruh terhadap banyak hal, mulai dari marketing, komunikasi publik, pelayanan jasa publik, leadership hingga pengelolaan ekonomi.<sup>9</sup>

Hak Cipta merupakan jenis KI yang paling sering dikaitkan dengan pertumbuhan industri kreatif terkait dengan teknologi khususnya *startup*. Undang-Undang yang mengatur mengenai hak cipta sekarang adalah Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 yang menggantikan Undang-Undang No. 19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta. Menurut Pasal 1 Angka (1) Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta, Hak Cipta merupakan hak eksklusif pencipta yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip dekraratif setelah suatu ciptaan ditunjukkan dalam bentuk nyata. Ciptaan adalah setiap karya cipta di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra yang dihasilkan atas inspirasi, kemampuan, pikiran, imajinasi, kecekapan, keterampilan, atau keahlian yang dieskpresikan dalam bentuk nyata.<sup>10</sup>

Hak eksklusif dari hak cipta meliputi hak moral dan hak ekonomi. Hak Eksklusif merupakan hak yang pemaknaannya hanya pencipta atau pemegang hak cipta yang boleh mendapat manfaat dari hak tersebut. Hak moral merupakan hak yang melekat secara abadi pada diri pencipta dan tidak dapat dialihkan selama pencipta masih hidup. Hak moral tercantum dalam Pasal 6 Konvensi Bern yang menyatakan bahwa:

“Pencipta memiliki hak untuk mengklaim kepemilikan atas karyanya dan mengajukan keberatan atas distorsi, mutilasi atau perubahan-perubahan serta perbuatan pelanggaran lain yang berkaitan dengan karya tersebut yang dapat merugikan kehormatan atau reputasi si pengarang/pencipta.”

Hak-hak moral adalah hak-hak pribadi pencipta/pengarang untuk dapat mencegah perubahan atas karyanya dan untuk tetap disebut sebagai pencipta karya tersebut. Hak-hak ini menggambarkan hidupnya hubungan berkelanjutan dari si pencipta dengan karyanya walaupun kontrol ekonomi atas karya tersebut hilang karena telah diserahkan sepenuhnya kepada pemegang hak cipta atau lewat jangka waktu perlindungannya seperti diatur dalam Undang-Undang Hak Cipta.<sup>11</sup>

---

<sup>8</sup> Jimly Asshiddiqie, *Hukum Tata Negara dan Pilar-pilar Demokrasi*, Konpress, Jakarta: 2005, hlm. 234.

<sup>9</sup> Renald Kasali, Perubahan, <https://money.kompas.com>, [diakses tanggal 30/08/2019].

<sup>10</sup> Pasal 1 Angka (3) Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta.

<sup>11</sup> Tim Lindsey, et.al, *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*, Alumni, Bandung: 2003, hlm. 118.

Hak moral dalam Undang-Undang Hak Cipta diatur dalam Pasal 5 sampai Pasal 7. Menurut Pasal 5 Ayat (1) bahwa Hak moral merupakan hak yang melekat secara abadi pada diri Pencipta untuk:

- a. Tetap mencantumkan atau tidak mencantumkan namanya pada salinan sehubungan dengan pemakaian Ciptaannya untuk umum;
- b. Menggunakan nama aliasnya atau samarannya;
- c. Mengubah Ciptaannya sesuai dengan kepatutan dalam masyarakat;
- d. Mengubah judul dan anak judul Ciptaan; dan
- e. Mempertahankan haknya dalam hal terjadi distorsi Ciptaan, mutilasi Ciptaan, modifikasi Ciptaan, atau hal yang bersifat merugikan kehormatan diri atau reputasinya.

Menurut Pasal 5 Ayat 2 dan 3 disebutkan bahwa Hak moral tidak dapat dialihkan selama Pencipta masih hidup, tetapi pelaksanaan hak tersebut dapat dialihkan dengan wasiat atau sebab lain sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan setelah Pencipta meninggal dunia. Dalam hal terjadi pengalihan pelaksanaan hak moral, penerima dapat melepaskan atau menolak pelaksanaan haknya dengan syarat pelepasan atau penolakan pelaksanaan hak tersebut dinyatakan secara tertulis.

Kemudian menurut Pasal 6 UUHC, untuk melindungi hak moral sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 ayat (1), Pencipta dapat memiliki: informasi manajemen Hak Cipta; dan/atau informasi elektronik Hak Cipta. Selanjutnya pada Pasal 7 UUHC bahwa informasi manajemen Hak Cipta meliputi informasi tentang: metode atau sistem yang dapat mengidentifikasi originalitas substansi Ciptaan dan Penciptanya; dan kode informasi dan kode akses. Informasi elektronik Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 6 huruf b meliputi informasi tentang:

1. Suatu Ciptaan, yang muncul dan melekat secara elektronik dalam hubungan dengan kegiatan Pengumuman Ciptaan;
2. Nama pencipta, aliasnya atau nama samarannya;
3. Pencipta sebagai Pemegang Hak Cipta;
4. Masa dan kondisi penggunaan Ciptaan;
5. Nomor; dan
6. Kode informasi.

Informasi manajemen Hak Cipta sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan informasi elektronik Hak Cipta sebagaimana dimaksud pada ayat (2) yang dimiliki Pencipta dilarang dihilangkan, diubah, atau dirusak.

Hak ekonomi adalah hak untuk mendapatkan manfaat ekonomi dari karya cipta tersebut. Berdasarkan Pasal 8 UU Hak Cipta, hak ekonomi merupakan hak eksklusif Pencipta atau Pemegang Hak Cipta untuk mendapatkan manfaat ekonomi atas Ciptaan. Kemudian Pada Pasal 9 UUHC

disebutkan bahwa Pencipta atau Pemegang Hak sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 memiliki hak ekonomi untuk melakukan:

- a. Penerbitan Ciptaan;
- b. Penggandaan Ciptaan dalam segala bentuknya;
- c. Penerjemahan Ciptaan;
- d. Pengadaptasian, pengaransemenan, atau pentransformasian Ciptaan;
- e. Pendistribusian Ciptaan atau salinannya;
- f. Pertunjukan Ciptaan;
- g. Pengumuman Ciptaan;
- h. Komunikasi Ciptaan; dan
- i. Penyewaan Ciptaan.

Setiap Orang yang melaksanakan hak ekonomi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib mendapatkan izin Pencipta atau Pemegang Hak Cipta. Setiap Orang yang tanpa izin Pencipta atau Pemegang Hak Cipta dilarang melakukan Penggandaan dan/atau Penggunaan Secara Komersial Ciptaan. Menurut Pasal 10 UUHC, Pengelola tempat perdagangan dilarang membiarkan penjualan dan/atau penggandaan barang hasil pelanggaran Hak Cipta dan/atau Hak Terkait di tempat perdagangan yang dikelolanya.

Hak ekonomi dapat beralih atau dialihkan, baik seluruh maupun sebagian karena:

- a. Pewarisan;
- b. Hibah;
- c. Wakaf;
- d. Wasiat;
- e. Perjanjian tertulis; atau
- f. Sebab lain yang dibenarkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Oleh karena pada hak cipta ada nilai ekonomi maka hak Cipta dapat dijadikan sebagai objek jaminan fidusia. Ketentuan mengenai Hak Cipta sebagai objek jaminan fidusia sebagaimana dimaksud pada ayat (3) dilaksanakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Tidak semua ciptaan dilindungi dengan hak cipta, ciptaan yang dilindungi hak cipta yaitu ciptaan yang asli dan telah diwujudkan. Asli merujuk pada pembuat karya cipta yang tidak termasuk katagori plagiat (mencuri ide orang lain). Ide tidak dilindungi dengan hak cipta. Ide harus diwujudkan dalam karya cipta yang konkrit atau diistilahkan dengan konkritisasi dari ide. Hal ini disebutkan dalam Undang-undang hak cipta.

Perlindungan ekonomi terhadap hak cipta atas ciptaan berupa Karya fotografi, potret, karya sinematografi, permainan video, program computer, perwajahan karya tulis, terjemahan, tafsir, saduran, bunga rampai, basis data, adaptasi, aransemen, modifikasi dan karya lain dari hasil

transformasi, terjemahan, adaptasi, aransemen, transformasi, atau modifikasi ekspresi budaya tradisional, kompilasi ciptaan atau data, baik dalam format yang dapat dibaca dengan program komputer maupun media lainnya dan Kompilasi ekspresi budaya tradisional selama kompilasi tersebut merupakan karya yang asli menurut Pasal 59 Ayat (1) UUHC berlaku selama 50 tahun sejak pertama kali diumumkan. Perlindungan untuk karya seni terapan berlaku selama 25 tahun sejak pertama kali dilakukan pengumuman.<sup>12</sup>

Perusahaan *startup* memiliki keunggulan di bidang aplikasi program komputer. Program Komputer merupakan salah satu ciptaan yang dilindungi dengan hak cipta. Tidak heran jika banyak perusahaan *startup* yang mempekerjakan orang-orang yang mengerti teknologi informasi. Hal ini harus betul betul diperhatikan karena dapat saja program aplikasi yang dikembangkan jika tidak diperjanjian dapat saja menjadi karya cipta karyawan. Untuk hal itu perlu ada klausul penyerahan kekayaan intelektual untuk program aplikasi tersebut dari karyawan kepada perusahaan.

### **Perlindungan Merek Sebagai Penguatan Perlindungan Hak Cipta Bisnis *Startup***

Bisnis *startup* dapat berkembang tidak hanya mengambil pangsa pasar masyarakat Indonesia namun dapat juga mengambil market negara lain, seperti Gojek tidak hanya ada di Indonesia namun ada di negara-negara Asean lainnya. Pengembangan bisnis *startup* salah satunya melalui dukungan kekayaan intelektual yaitu Merek. Merek saat ini diatur dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Berdasarkan Pasal 1 Angka 1 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, merek merupakan tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk dua dimensi dan/atau tiga dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari dua atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa. Merek terdiri dari merek dagang dan merek jasa. Merek dagang adalah merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang sejenis lainnya. Merek jasa adalah merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa sejenis lainnya.

Suatu perusahaan dapat memiliki beberapa Merek yang berbeda dan memakai Merek tersebut untuk membedakan produk dan jasa-jasanya dari produk dan jasa orang lain. Biasanya merek digunakan untuk membedakan usahanya dari pesaing-pesaingnya. Berikut ini beberapa fungsi merek selain sebagai pembeda, yaitu:

---

<sup>12</sup>Sudaryat, Sudjana dan Rika Ratna Permata, *Hukum Kekayaan Intelektual, Cakupan dan Prinsip Dasar*, Global Sinergi Indonesia, Bandung: 2019, hlm. 40.

1. Membedakan suatu perusahaan dalam aktivitas-aktivitas dagang (*bussiness activities*) atau usaha-usaha dari perusahaan tersebut dengan perusahaan baru. Dalam hal ini nama dagang biasanya disingkat dengan menghilangkan kata pt atau diambil inisial atau huruf-huruf depan saja;
2. Pengenalan perusahaan yang bersangkutan atau identifikasi dari perusahaan tersebut. Dengan menyebut nama dagang saja, sudah dapat diketahui perusahaan mana yang dimaksud;
3. Menunjuk reputasi dari perusahaan tersebut, baik atau bonafid, dapat diketahui oleh masyarakat;
4. Sumber informasi bagi konsumen, yang berarti konsumen dapat mengetahui aktivitas dagang dari perusahaan yang bersangkutan.

Dari empat fungsi Merek di atas, yang paling pokok adalah fungsi Merek sebagai pembeda produk atau jasa yang satu dengan produk atau yang lain.

Sedangkan fungsi-fungsi lain merupakan turunan dari fungsi pokok tersebut. Jangka waktu perlindungan merek yaitu 10 tahun sejak tanggal penerimaan dan dapat diperpanjang. Jangka waktu tersebut dihitung sejak permohonan pendaftaran merek diterima oleh Direktorat Merek Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Apabila setelah jangka waktu 10 tahun telah lewat dan merek tidak diperpanjang maka merek tersebut akan hilang atau berakhir perlindungan hukumnya dan pihak manapun dapat mengajukan permohonan untuk merek tersebut.

*Startup* yang berkembang di Indonesia seperti Gojek, Grape, Bukalapak, Tiket.Com, Ruang Guru merupakan beberapa dari *startup* yang ada di Indonesia. Kekuatan pada bisnis *startup* ini adalah aplikasi dan jaringan. Indonesia saat ini telah memiliki satu *decacorn* dan tiga *unicorn* (*startup* dengan valuasi USD 1 juta bahkan lebih) yakni Gojek, Traveloka, Tokopedia dan Bukalapak. Sedangkan, jumlah total *startup* Indonesia dicatat [startupranking.com](http://startupranking.com) sebanyak 2.101. Aplikasi Gojek, Grape, Bukalapak dan Tiket.com merupakan program komputer yang dilindungi dengan hak cipta.

Berbeda dengan hak cipta dimana jangka waktu dari perlindungan hak cipta yang bersifat terbatas. Hal ini perlu dikuatkan dengan jenis kekayaan intelektual lain yang dapat diperpanjang dan diperpanjang terus. Salah satu kekayaan intelektual yang terus dapat diperpanjang adalah merek. Merek yang terdaftar dan habis masa perlingungannya yaitu sepuluh tahun masih dapat diperpanjang sepuluh tahun lagi dan seterusnya. Semisal untuk program komputer, jangka waktu perlingungannya yaitu 50 tahun sejak pertama kali diumumkan. Setelah jangka waktu itu berakhir maka masa perlindungan hak cipta untuk program komputer habis dan akan menjadi *public domein* artinya setiap orang dapat menggunakan program komputer tersebut tanpa dipersalahkan karena melanggar. Apabila pada produk program komputer tersebut di bubuhi merek dan merek jangka waktu dapat diperpanjang dan diperpanjang maka merek secara tidak langsung telah melindungi lebih lama lagi dari program komputer. Masyarakat akan fanatik dengan produk tersebut dengan selalu mengingat mereknya.

Contoh nyata yaitu program komputer window yang melegenda sampai saat ini. Program komputer ini jika melihat pada perlindungan hak ciptanya sejak pertama kali dipublikasikan yaitu bulan November 1985 berarti sampai tahun 2020 sudah kurang lebih 35 tahun, terlepas dari adanya berbagai inovasi dari aplikasi window pertama, jangka waktu perlindungan aplikasi Window lama kelamaan akan habis waktunya. Meski berkembang aplikasi sejenis yang sifatnya *open source*, namun banyak masyarakat dunia yang masih fanatik dengan window dan perusahaan microsoftnya.

Begitu juga dengan aplikasi dibidang transportasi online yang ada sekarang seperti Gojek dan Grape. Pemilik aplikasi Gojek dan Grape, dari sisi perlindungan hak cipta untuk program aplikasinya jangka waktu perlindungannya makin lama makin berkurang, namun melalui penguatan merek, perusahaan pemilik aplikasi Gojek dan Grape masih besar nilainya dan investor berani untuk menginvestasikan dananya sampai triliunan rupiah. Bahkan saat mereka akan melakukan aksi korporasi yaitu merger maka kapitalisasi dari perusahaan hasil merger gojek dan grape bernilai Rp 355 triliun. Nilai valuasi Grab sendiri mencapai 14 milyar Dollar AS atau sekitar Rp 207 triliun sementara Gojek memiliki nilai valuasi 14 Milyar Dollar Amerika Serikat atau sekitar Rp 148 triliun rupiah.<sup>13</sup> Masyarakat mengenal kedua aplikasi tersebut dengan merek Grab dan Gojek.

Karya cipta produk kreatif dan inovatif ditransformasikan oleh merek sebagai daya pembeda (membedakan produk satu dengan produk yang lain, jasa yang satu dengan jasa yang lain) sehingga masyarakat tidak mengalami kebingungan saat memilihnya dan konsumsinya terutama dengan produk-produk yang homogen dalam pasar persaingan sempurna dimana pelaku usaha yang masuk dipasar tersebut begitu ketat dan merek lain yang mampu memberi petunjuk bagi konsumen tentang produk yang diinginkannya.

Karya cipta ditransformasikan sebagai sarana promosi sehingga terus diingat dan terus diingatkan dengan merek. Promosi adalah proses memberikan informasi, membujuk sampai mempengaruhi proses pembelian/penggunaan terhadap suatu produk atau jasa kepada konsumen. Tujuan promosi secara umum untuk meningkatkan volume penjualan suatu produk/jasa.<sup>14</sup> Penggunaan merek sebagai sarana promosi dikenal dengan istilah branding. Branding merupakan inti dari promosi.

Karya cipta akan ditransformasikan sebagai sarana jaminan kualitas produk sehingga dapat dijamin kualitas dari produk karya cipta tersebut. Karya cipta dapat ditransformasikan sebagai informasi asal usul produk oleh merek tersebut sehingga masyarakat semakin terlindungi dan jelas ke alamat mana sisi permintaan pertanggungjawaban diajukan.

---

<sup>13</sup>Dimas Waraditya Nugraha, "kabar Merger Gojek dan Grab Kembali Mencuat," < <https://tekno.kompas.com>>[diakses tanggal 17 September 2020].

<sup>14</sup>Daniel, "Pengertian Promosi," < <https://ekonomimanajemen.com>.>[ diakses tanggal 07 September 2020].

Penguatan dari merek untuk perlindungan hak cipta merupakan contoh dari perlindungan kekayaan intelektual dengan multi rezim yaitu rezim hukum hak cipta dan rezim hukum merek. Karya kreatif dan inovatif dalam fase teknologi 4.0 akan diperkuat dengan merek baik merek produk, merek jasa atau merek kolektif. Karya kreatif masyarakat 5.0 dalam fase *industry* 4.0 perlu mendapat perlindungan hukum multi rezim, sehingga antara rezim hukum yang satu dengan rezim hukum yang lain tidak menjadi tumpang tindih dan terdapat fungsi kepastian hukumnya.

Merek bisnis *startup* perlu didaftarkan di beberapa negara sehingga merek bisnis *startup* dapat menjadi merek terkenal. Saat merek itu sudah menjadi merek terkenal maka perlindungannya dapat diperluas untuk semua kelas barang dan jasa. Menjadi merek global akan memudahkan dalam valuasi, kapitalisasi dan image dari perusahaan *startup*.

### **Perlindungan Paten untuk Teknologi yang di Kembangkan Bisnis *Startup***

Industri kreatif dan inovatif yang dikembangkan oleh perusahaan-perusahaan rintisan perlu mendapatkan perlindungan paten. Paten merupakan kekayaan intelektual yang melindungi invensi baik produk atau proses dibidang teknologi. Paten adalah hak eksklusif yang diberikan kepada inventor atas hasil invensinya di bidang teknologi untuk selama waktu tertentu melaksanakan sendiri invensi tersebut atau memberikan persetujuan kepada pihak lain untuk melaksanakannya disebut Paten.<sup>15</sup> Penemuan-penemuan dalam bidang teknologi merupakan objek dari Paten, yang dalam kerangka hukum Kekayaan Intelektual, dimasukkan dalam kelompok Hak Milik Perindustrian (*Intellectual Property Industry*).<sup>16</sup> Teknologi adalah inti dari paten. Dalam konteks inilah Undang-Undang Paten menduduki posisi sentral dalam mendorong lahirnya invensi-invensi yang bermanfaat bagi masyarakat.<sup>17</sup>

Inovasi yang dikembangkan oleh Gojek, Grape, Traveloka, dan *startup* lainnya perlu mendapatkan perlindungan paten. Perlindungannya hanya dapat dilakukan setelah pemilik invensi mendaftarkan invensi tersebut. Sepanjang invensi yang dikembangkan oleh perusahaan *startup* itu memenuhi syarat kebaruan, mengandung langkah inventif dan dapat diterapkan dalam industri maka hampir dapat dipastikan akan mendapatkan paten.

Suatu invensi dianggap baru jika pada tanggal penerimaan, invensi tersebut tidak sama dengan teknologi yang telah diungkapkan sebelumnya (Pasal 5 ayat (1) Undang-Undang Paten). Kemudian, suatu invensi mengandung langkah inventif jika invensi tersebut bagi seseorang yang mempunyai keahlian tertentu di bidang teknik merupakan hal yang tidak dapat diduga sebelumnya

---

<sup>15</sup>Pasal 1 Angka 1 Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2016 Tentang Paten.

<sup>16</sup>Supasti Dharmawan, dkk, *Buku Ajar Hak Kekayaan Intelektual*, Deepublish, Yogyakarta: 2017, hlm. 100.

<sup>17</sup>Tomi Suryo Utomo, *Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di Era Global: Sebuah Kajian Kontemporer*, Graha Ilmu, Yogyakarta: 2010, hlm. 106.

(Pasal 7 ayat (1) Undang-Undang Paten). Suatu invensi dapat diterapkan dalam industri jika invensi tersebut dapat dilaksanakan dalam industri sebagaimana yang diuraikan dalam permohonan (Pasal 5 Undang-Undang Paten).

Paten terdiri dari paten sederhana dan paten biasa. Paten Sederhana adalah Setiap invensi berupa produk atau alat yang baru dan mempunyai nilai kegunaan praktis disebabkan karena bentuk, konfigurasi, konstruksi atau komponennya dapat memperoleh perlindungan hukum dalam bentuk paten sederhana. Paten sederhana diberikan kepada setiap invensi baru, pengembangan dari produk atau proses yang telah ada, dapat diterapkan dalam industri (Pasal 3 Ayat (2) Undang-Undang Paten). Untuk paten sederhana tidak disyaratkan adanya inventif step. Di Indonesia menurut ketentuan Pasal 22 ayat (1) Undang-Undang Paten, Paten diberikan untuk jangka waktu 20 tahun terhitung sejak Tanggal Penerimaan. Jangka waktu sebagaimana dimaksud, tidak dapat diperpanjang. Sedangkan untuk paten sederhana diberikan jangka waktu perlindungan selama 10 (sepuluh tahun) terhitung sejak Tanggal Penerimaan dan tidak dapat diperpanjang (Pasal 23 Undang-Undang Paten).

UUP secara tersirat mengenalkan jenis paten proses dan paten produk. Paten yang diberikan terhadap suatu proses dinamakan paten proses, sedangkan Paten yang diberikan terhadap suatu produk dinamakan Paten produk. Menurut literatur, masih ada jenis-jenis paten yang lain saat ini yaitu:<sup>18</sup>

- a. Paten yang berdiri sendiri tidak bergantung pada Paten lain (*independent Patent*);
- b. Paten yang terkait dengan Paten lainnya (*dependent Patent*).

Keterkaitan ini bisa terjadi jika ada hubungan lisensi biasa maupun lisensi wajib dengan Paten yang lainnya dan kedua paten itu dalam bidang yang berkaitan. Sedangkan bila kedua Paten itu dalam bidang yang sama, penyelesaiannya diusahakan dengan saling memberikan lisensi atau lisensi timbal balik (*cross license*).

- c. Paten tambahan (*Patent of addition*) atau Paten perbaikan (*Patent of improvement*).

Paten ini merupakan suatu perbaikan, penambahan atau tambahan dari penemuan yang asli. Kedua jenis Paten ini bila dilihat dari segi Paten pokoknya hanya merupakan pelengkap, maka disebut pula Paten pelengkap (*Patent of accesory*). Di Indonesia tidak dikenal Paten pelengkap.

- d. Paten impor (*Patent of importation*) atau Paten konfirmasi atau Paten revalidasi (*Patent of Revalidation*).

Paten ini bersifat khusus karena Paten tersebut telah dikenal di luar negeri dan negara yang memberikan Paten lagi hanya mengkonfirmasi atau memperkuatnya, atau mengesahkan lagi supaya berlaku di wilayah sendiri (revalidasi).

---

<sup>18</sup>Muhamad Djumhana dan R. Djubaedillah, *Hak Kekayaan Intelektual, Sejarah, Teori dan Prakteknya di Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung: 2003, hlm. 121-122.

Inovasi-inovasi yang dikembangkan oleh pelaku bisnis *startup* jika sudah sukses akan memunculkan adanya pengikut yang memiliki kemiripan dengan teknologi yang dikembangkan. Ini akan menjadi suatu kerugian jika invensi yang dikembangkan tidak daftarkan sebagai paten.

## **PENUTUP**

Undang-Undang Hak Cipta melindungi karya cipta dibidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra. Karya kreatif dan inovatif bisnis *startup* berupa program komputer merupakan karya cipta yang dilindungi dengan hak cipta. Melalui sistem deklaratif negative memungkinkan karya kreatif dan inovatif bisnis *startup* ini mendapat perlindungan hukum sejak pertama kali dipublikasikan dan pendaftaran berfungsi sebagai alat bukti hak. Sepanjang memenuhi syarat keaslian dan telah berwujud maka karya cipta tersebut mendapat perlindungan hak cipta. Perlindungan hak cipta yang terbatas perlu diback up oleh perlindungan merek yang berfungsi tidak hanya sebagai pembeda tetapi berfungsi pula sebagai jaminan kualitas, sarana promosi dan jaminan kualitas produk. Invensi yang dikembangkan oleh bisnis *startup* perlu didaftarkan sebagai paten sehingga dapat dicegah penggunaan invensi tersebut oleh pihak lain yang akan merugikan bisnis *startup* sendiri dan nantinya nilai valuasi dari bisnis *startup* akan meningkat serta menjadi *startup* global.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **Buku**

- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta: 2007.
- Jimly Asshiddiqie, *Hukum Tata Negara dan Pilar-pilar Demokrasi*, Konpress, Jakarta: 2005.
- Muhamad Djumhana dan R. Djubaedillah, *Hak Kekayaan Intelektual, Sejarah, Teori dan Prakteknya di Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung: 2003.
- Sudaryat, Sudjana dan Rika Ratna Permata, *Hukum Kekayaan Intelektual, Cakupan dan Prinsip Dasar*, Global Sinergi Indonesia, Bandung: 2019.
- Supasti Dharmawan, dkk, *Buku Ajar Hak Kekayaan Intelektual*, Deepublish, Yogyakarta: 2017.
- Tim Lindsey, et.al, *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*, Alumni, Bandung: 2003.
- Tomi Suryo Utomo, *Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di Era Global, Sebuah Kajian Kontemporer*, Graha Ilmu, Yogyakarta: 2010.

### **Jurnal**

Dodi Jayen Suwarno, Annita Silvianita, 2017, "Knowledge Sharing dan Inovasi Pada Industri Startup,"  
*Jurnal Ecodemica* Vol. 1 No. 1, Bandung, Universitas Telkom: 2017.

Pio Salvator Ginting Suka, I Wayan Wiryawan, I Nyoman Mudana," Hak Paten Sebagai Objek Jaminan  
Fidusia," *Jurnal Kertha Semaya*, Vol. 4, Universitas Udayana, Bali: 2016.

### **Peraturan Perundang-Undangan**

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta.

Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2016 Tentang Paten.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

### **Sumber Lain**

Daniel, "Pengertian Promosi," < <https://ekonomimanajemen.com>.> [ diakses tanggal 07 September  
2020].

Danrivanto Budhijanto, "Yuridiksi Virtual Dalam Revolusi Industri 4.0," <[www.kumparan.com](http://www.kumparan.com)>  
[diakses tanggal 30 Maret 2019].

Dimas Waraditya Nugraha, "kabar merger Gojek dan Grab Kembali Mencuat,"  
<<https://tekno.kompas.com>> [diakses tanggal 17 September 2020].

Kompas, "Pengguna Internet di Indonesia, <<https://kominfo.go.id>> [diakses tanggal 21 Desember  
2020].

Renald Kasali, "Perubahan," <https://money.kompas.com> [diakses tanggal 30/08/2019].

Tanpa penulis, "mengenal bisnis startup, peluang dan tips untuk memulainya,"  
<<https://www.jurnal.id/id/blog/>> [diakses tanggal 20 Desember 2020].

Tanpa Penulis, "Masyarakat 5.0 Masa Depan Baru Indonesia," <[www.puspomedia.id](http://www.puspomedia.id),> [diakses  
tanggal 22/02/2019].

Viranda Tresya, "Pengertian Revolusi Industri 4.0," <[www.maxmanroe.com](http://www.maxmanroe.com)> [diakses tahun 2019].