

KEBIJAKAN FASILITASI HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL OLEH BADAN EKONOMI KREATIF (BEKRAF) DALAM PENGUATAN UMUM BIDANG EKONOMI KREATIF

Rizky Herdyanto
E-mail : rizky.herdyanto@gmail.com
Staff. SWIPERX

Article Information

Keywords : *Intellectual Property Rights; Bekraf; Facilitation; Creative Economy.*

Kata Kunci: Hak Kekayaan Intelektual; Bekraf; Fasilitasi; Ekonomi Kreatif.

Abstract

This legal research describes whether Badan Ekonomi Kreatif, especially the Deputy of Intellectual Property Rights and Regulations, has run its program in facilitating Intellectual Property owned by creative economy performers in Indonesia. This research uses descriptive empirical legal research methods. The results of this research indicate that Bekraf has greatly assisted Creative Economic actors in obtaining legal protection over their products. The problem experienced by Bekraf is the lack of coordination between Bekraf and its partners, creative economy actors who put aside the importance of IPR, as well as communal products of Geographical Indications that are contrary to IPR Principles. The Ministry of Tourism and Creative Economy hopefully can continue Bekraf's Intellectual Property Facilitation and disseminating IPR on a periodic basis for the creative economy actors.

Abstrak

Penulisan hukum ini mengkaji apakah Badan Ekonomi Kreatif khususnya Deputi Fasilitasi Hak Kekayaan Intelektual dan Regulasi sudah menjalankan programnya dalam memfasilitasi Kekayaan Intelektual milik pelaku ekonomi kreatif di Indonesia. Penulisan ini menggunakan metode penelitian hukum empiris bersifat deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Bekraf melalui programnya sudah membantu para pelaku ekonomi kreatif dalam memperoleh kekuatan hukum atas produk maupun ciptaannya. Hambatan yang dialami Bekraf berupa kurangnya koordinasi antara Bekraf dan mitra kerja, pelaku ekonomi kreatif yang mengesampingkan pentingnya Kekayaan Intelektual, serta produk komunal Indikasi Geografis yang bertentangan dengan prinsip HKI. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif diharapkan dapat melanjutkan program Bekraf dalam Fasilitasi Kekayaan Intelektual dan melakukan sosialisasi HKI secara periodik terhadap pelaku ekonomi kreatif.

A. Pendahuluan

Bila pada abad ke-20, ekonomi bertumpu pada produk manufaktur, maka saat ini perekonomian telah mengalami pergeseran ke era dimana kreativitas dijadikan sebagai tumpuan komoditas utama bagi perekonomian di abad ke-21 ini (Saksono, 2012:93). Ekonomi kreatif terkait erat dengan industri kreatif dan budaya. Istilah industri budaya adalah menyebar sejak tahun delapan puluhan, dan itu disebut bentuk-bentuk produksi dan konsumsi budaya, yang telah di pusat mereka elemen simbolis atau ekspresif (Nicola Boccella & Irene Salerno, 2016:291). Dalam konteks ekonomi global dan meningkatnya persaingan, individu kreatif dan industri inovatif telah diidentifikasi sebagai pendorong utama pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan kemakmuran (Bruno Moriset, 2013:3). Ekonomi kreatif dipandang sebagai ekonomi yang didasarkan pada kelimpahan sumber daya karena input utama dari ekonomi kreatif ialah kreativitas dan pengetahuan manusia yang tak terbatas. Nilai terbesar ekonomi kreatif adalah hubungannya dengan keragaman ekspresi budaya di berbagai daerah dan daerah (Luciana Lima Guilherme, 2017:3). Ekonomi kreatif sangat penting bagi Indonesia karena perkembangannya yang cepat. Menurut UNESCO dan UNDP, Ekonomi Kreatif tidak hanya berdampak besar pada pendapatan, penciptaan lapangan kerja, dan nilai ekspor, Ekonomi Kreatif juga berkontribusi signifikan terhadap kemakmuran dan berkelanjutan pengembangan (Diah Yulisetiari, et al, 2019). Makna dari kreativitas dapat berbeda, di bidang ekonomi, kreativitas sendiri adalah proses dinamis yang mengarah ke inovasi dalam teknologi, praktik bisnis, pemasaran, dan lain-lain serta berhubungan erat dengan mendapatkan keunggulan kompetitif dalam perekonomian (Al Sentot Sudarwanto & Dona Budi Kharisma, 2019:25-53). Ide yang dapat direalisasikan di era ekonomi kreatif ini ialah ide yang memiliki nilai ekonomis dan dapat dieksekusi secara matang. Ekonomi kreatif terbukti

berpengaruh positif dalam membangun, menggali dan mengembangkan potensi kreativitas yang dimilikinya (Muis, 2017:154).

The United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), memberikan definisi ekonomi kreatif sebagai suatu konsep yang berkembang berdasarkan aset kreatif, berpotensi menghasilkan pertumbuhan dan perkembangan ekonomi (Munawar Kholil, Adi Sulistiyono, & AL Sentot Sudarwanto, 2019:311-319):

1. Dapat mendorong peningkatan pendapatan, penciptaan lapangan kerja dan pendapatan ekspor untuk inklusi sosial, keanekaragaman budaya dan manusia pengembangan;
2. Dapat mencakup aspek ekonomi, budaya dan sosial untuk berinteraksi dengan teknologi, kekayaan intelektual, dan tujuan pariwisata;
3. Kegiatan ekonomi berbasis pengetahuan dengan dimensi pembangunan dan keterkaitan silang pada tingkat makro dan mikro ekonomi secara keseluruhan; dan
4. Dapat menjadi opsi pilihan pengembangan yang layak untuk inovasi, respons kebijakan multidisiplin, dan tindakan lintas kementerian

Karya cipta baik dalam bentuk digital maupun fisik lebih mudah untuk diketahui siapa pembajaknya namun orang tersebut masih bisa melakukan modifikasi terhadap hasil penggandaan dan mengambil profit baik langsung maupun tidak langsung. Hal seperti ini sulit untuk dipantau bagi pemilik hak cipta untuk mengetahui terjadinya pelanggaran, mengenali ataupun kemudian melakukan upaya hukum. Terlebih apabila karya cipta sang pemilik belum didaftarkan, pembajak bisa mengklaim bahwa sesuatu yang ia bajak merupakan hak miliknya, sebab belum ada bukti konkrit apabila hal yang dibajak tersebut merupakan milik orang lain lebih dahulu (Ningsih & Maharani, 2019:15).

Istilah Kekayaan Intelektual terkait dengan otak manusia yang diterapkan untuk kreativitas dan penemuan. Berbagai upaya dalam hal kerja, waktu, energi, keterampilan, uang, dan lainnya diperlukan untuk menemukan atau

menciptakan sesuatu yang baru. Kreativitas yang dimaksud di sini harus memenuhi dua kriteria, yakni penciptaan pikiran harus menghasilkan sesuatu yang baru dan hal itu harus menghasilkan kekayaan intelektual yang berharga, bermanfaat, dan menguntungkan (Ahmad M Ramli, Ranti Fauza Mayana, & Tisni Santika, 2020:432-443). Gagasan utama dimana penemuan atau penciptaan terjadi adalah bentuk aset tidak berwujud dari seseorang, yang bersusah payah untuk penemuan atau penciptaan. Oleh karena itu, sesuai hukum, hak hukum diberikan kepada pencipta atau inovator untuk memanen manfaat ekonomi dari penemuan atau penciptaannya (Jajpura, 2017:32-41).

Dalam upaya meningkatkan potensi ekonomi kreatif di Indonesia, Presiden Joko Widodo membentuk sebuah lembaga baru non kementerian dengan nama Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 72 Tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif.

Bekraf memiliki deputi Fasilitasi Hak Kekayaan Intelektual dan Regulasi yang menurut Peraturan Kepala Badan Ekonomi Kreatif No. 1/2015 Pasal 106 mempunyai tugas merumuskan, menetapkan, mengoordinasikan dan mensinkronisasi kebijakan dan program fasilitasi HAKI dan sinkronisasi regulasi di bidang ekonomi kreatif, sebab saat Bekraf masih berdiri, Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 belum ditetapkan dan peraturan mengenai bagaimana Pemerintah maupun Pemerintah Daerah terhadap perkembangan ekonomi kreatif masih belum jelas dan juga masih banyak pelaku usaha atau para pemilik *start-up* masih tidak mengetahui bahwa Bekraf dapat menjadi sebuah jembatan untuk mendaftarkan kekayaan intelektual milik pelaku usaha ke Dirjen HAKI agar lingkungan ekonomi kreatif dapat mengarah lebih maju. Hal inilah yang akan dibahas dalam artikel ini yaitu terkait hasil kerja dari Bekraf yang sangat membantu pelaku usaha ekonomi kreatif dan kurangnya kerjasama dengan Pemda serta hal lainnya yang menjadi faktor penghambat pelaksanaan Bekraf di Indonesia.

B. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan hukum ini adalah empiris yang bersifat deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian untuk memberikan data yang mendetail tentang manusia, keadaan maupun gejala lainnya (Soerjono Soekanto, 2014:10).

Penulisan ini menggunakan pendekatan kualitatif sehingga peneliti harus dapat menentukan data atau bahan hukum mana yang memiliki kualitas sebagai data atau bahan hukum yang diharapkan atau diperlukan dan data atau bahan hukum mana yang tidak relevan dan tidak ada hubungannya dengan materi penelitian sehingga dalam analisis dengan pendekatan kualitatif ini mementingkan kualitas data.

Bahan hukum primer yang dalam artikel ini antara lain Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif, Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Teknik pengumpulan bahan hukum dilakukan dengan wawancara dan studi kepustakaan. Wawancara dilakukan dengan Deputi Fasilitasi Hak Kekayaan Intelektual dan Regulasi Badan Ekonomi Kreatif.

Teknik analisis data dilakukan suatu proses siklus antara tahap-tahap, sehingga data yang terkumpul berkaitan satu sama lain dan menjadi data yang valid dalam mendukung penyusunan laporan penelitian (HB Sutopo, 2002:94).

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Bentuk Implementasi Kebijakan Bekraf dalam Fasilitasi Hak Kekayaan Intelektual.

Pada tahun 2016, terdapat 11,08% usaha ekonomi kreatif yang memiliki HKI terdaftar yang jika dinominalkan terdapat 8,2 juta unit pada saat itu. Alasan utama Bekraf mengeluarkan program kebijakan fasilitasi hak kekayaan intelektual ialah karena Bekraf ingin pelaku ekonomi

kreatif meningkat presentasinya. Bantuan yang diberikan oleh Bekraf kepada pelaku UMKM berupa bantuan teknis yang berbentuk pengurusan terhadap segala bentuk dokumen-dokumen yang diperlukan untuk mendaftarkan kekayaan intelektual dan juga finansial yang berbentuk bantuan biaya pendaftaran. Selama program kebijakan fasilitasi hak kekayaan intelektual ini berlangsung, terhitung ada lebih dari 67 kota, 115 kegiatan dan 7.400 pemohon pendaftar HKI yang mendaftarkan produknya melalui Bekraf di setiap event yang dilakukan oleh Bekraf.

Bekraf melakukan kerja sama dengan berbagai pihak salah satunya universitas (UNS Solo, UPN Yogyakarta, UI) dengan tujuan mengadakan program sosialisasi dan fasilitasi pendaftaran HKI di lebih dari 50 kota di Indonesia, dimana universitas tersebut bekerja sama dengan Pemda di kota setempat untuk melakukan pendaftaran HKI. Bekraf berinovasi untuk membuat pemantauan terhadap pelaku ekonomi kreatif dan juga membuat proses konsultasi bagi mereka yang ingin mendaftarkan produk atau karyanya tetapi masih tidak paham terhadap prosedur yang harus dilalui. Dengan adanya inovasi ini, para pelaku UMKM pun dapat lebih mudah untuk mendaftarkan merek maupun ciptanya melalui Bekraf meskipun Bekraf hanya membantu prosedur fasilitasi terutama dalam bidang Kekayaan Intelektual hanya disaat Bekraf mengadakan acara. Berikut beberapa program yang dilakukan oleh Bekraf:

- a. *BEKRAF'S IPR Info in Mobile Apps* (BIIMA) dengan tujuan masyarakat mendapatkan informasi mengenai HKI secara lebih praktis dan dapat diakses dimana saja;
- b. *Unity in DiverSOTO* bertujuan untuk mengenalkan soto sebagai salah satu dari berbagai macam makanan khas Indonesia;
- c. Sertifikasi Profesi Batik di Tanjungpinang (2019) yang merupakan bentuk kerja sama antara Bekraf yang direpresentasikan oleh Deputi

Fasilitasi HKI dan Regulasi dengan Lembaga Sertifikasi Profesi (LSP) Batik;

- d. Bekraf mengadaikan rangkaian acara sertifikasi musisi yang terakhir diadakan di kota Semarang pada tanggal 27 Agustus 2019;
- e. Memberikan pelatihan sebagai bentuk persiapan para peserta mengikti *Asian Animation Summit* di Korea Selatan (acara tahunan mengumpulkan kreator animasi dari seluruh penjuru Asia);
- f. Bekraf Game Prime (BGP) yang diadakan setiap tahun sebagai wujud dedikasi terhadap pengembangan aplikasi dan gim;
- g. Bekraf mengadakan seminar perlindungan HKI untuk produk ekonomi kreatif di 22 kota di Indonesia dengan tujuan membuka kesadaran terhadap masyarakat khususnya pelaku UMKM akan pentingnya perlindungan HKI;
- h. Kerjasama antara Bekraf dengan Yayasan Anugerah Musik Indonesia (AMI Awards) dalam sebuah event konferensi musik bernama Musikologi yang dijadikan *platform* bagi para musisi-musisi bertemu dan mendapatkan fasilitasi dari para praktisi musik yang sudah berpengalaman;
- i. *Coaching Clinic* bagi para penggiat musik pendatang baru yang masih awam terhadap pentingnya mendaftarkan hak cipta atas musik agar terhindar dari munculnya plagiarisme maupun pembajakan;
- j. Event Kampanya Anti Pembajakan di Bandung bulan September 2019;
- k. BEKRAF HKI RUN dalam rangka menyambut peringatan Hari Kekayaan Intelektual Sedunia (*World Intellectual Property Day*);
- l. Mitra kerja Bekraf dalam bidang HKI antara lain ialah Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI), Kemenkumham, Asosiasi Konsultan HKI (AKHKI), *World Intellectual Properties Organization (WIPO)*, Universitas Indonesia, Universitas Sebelas Maret, UPN Veteran Indonesia, Yayasan Anugerah Musik Indonesia, *Indonesia-*

Swiss Intellectual Property (ISIP) Project, Asosiasi Indikasi Geografis Indonesia (AIGI), Asosiasi Desain Grafis Indonesia (ADGI), *Creative Commons* Indonesia (CCID), komunitas kreatif seluruh Indonesia;

Dalam tiga tahun terakhir memfasilitasi 9 produk indikasi geografis yang tersebar dari pulau Sumatera hingga Papua. Kriya, kuliner dan fesyen selaku hal yang menjadi prioritas Bekraf dalam program fasilitasi HKI nya memiliki angka presentase sebesar 4,34% untuk Kriya, 56,57% untuk kuliner, 23,92% untuk fesyen dalam hal mendaftarkan HKI melalui Bekraf. Angka ini merupakan jumlah total dari ketiga bidang tersebut selama 4 tahun terakhir. Usaha kuliner dapat menyentuh angka di atas 50% karena kebanyakan pelaku UMKM lebih memilih untuk menjalankan bisnis makanan.

Merek mendominasi dalam fasilitasi pendaftaran HKI karena mayoritas pelaku UMKM yang memiliki merek lebih memilih mendaftarkan mereknya melalui Bekraf karena terhitung lebih efisien dikarenakan inovasi Bekraf yang memberikan kenyamanan bagi para pelaku ekonomi kreatif mendapatkan fasilitasi pendaftaran HKI.

2. Faktor Penghambat Pelaksanaan Bekraf dalam Memfasilitasi Hak Kekayaan Intelektual bagi Pelaku Usaha.

Dalam melaksanakan berbagai program kerjanya dalam rangka memperkuat sektor perekonomian khususnya ekonomi kreatif di Indonesia, Bekraf selaku badan yang bertanggung jawab untuk mengkoordinasi para pelaku ekonomi kreatif di Indonesia pun melalui berbagai hambatan. Koordinasi Bekraf dalam memonitor pelaku-pelaku ekonomi kreatif yang sudah mendapatkan fasilitasi kekayaan intelektual terkadang terhambat karena pemerintah daerah maupun mitra kerja Bekraf sendiri terdiri dari kemenkumham dan beberapa organisasi-organisasi non pemerintahan. Apabila koordinasi tidak berjalan lancar,

maka Bekraf tidak tahu menahu mengenai perkembangan pelaku ekonomi kreatif di daerah tersebut. Karena pada dasarnya, Pemda dan Pemerintah bertanggung jawab dalam mengembangkan ekosistem ekonomi kreatif sesuai Pasal 9 Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif. Bentuk tanggung jawab dari Pemda tersebut salah satunya adalah berkoordinasi dengan Bekraf agar hak-hak para pelaku ekonomi kreatif dapat dipatuhi.

Sebelumnya tidak ada aturan pasti mengenai hak-hak bagi para pelaku ekonomi kreatif selaku salah satu roda penggerak perekonomian di Indonesia, karena itulah pemerintah pusat dan daerah sering kali terkesan kurang koordinasi atau bekerja dengan jalannya masing-masing. Pemerintah juga diwajibkan untuk membuat Rencana Induk Ekonomi Kreatif sesuai dengan Pasal 25 Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 Tentang Ekonomi Kreatif sebagai pedoman bagi Pemerintah Daerah dalam mengembangkan Ekonomi Kreatif yang nantinya akan diintegrasikan ke dalam dokumen perencanaan pembangunan daerah. Dengan ditetapkannya Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif, diharapkan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif selaku suksesor dari Bekraf dapat lebih bersinergi dengan pemerintah daerah karena dalam tiap pasal sudah diatur ketentuan-ketentuan mengenai peran dan fungsi dari pemerintah pusat dan daerah dalam menguatkan pondasi dari lingkungan ekonomi kreatif itu sendiri sehingga segala bentuk fasilitas yang akan diberikan tepat sasaran bagi para pelaku ekonomi kreatif yang membutuhkan termasuk bimbingan bagi para pelaku ekonomi kreatif yang masih bingung dan terhambat saat mendaftarkan produk ekonomi kreatif yang mereka produksi.

Hambatan lainnya yaitu dalam memfasilitasi para pelaku ekonomi kreatif adalah kurangnya kesadaran para pelaku untuk mendaftarkan produknya. Beberapa diantaranya masih berpikiran bahwa mendaftarkan

produk kreatif hanyalah bentuk dari sebuah formalitas belaka, padahal apabila pelaku mendaftarkan produknya maka otomatis mereka akan mendapatkan proteksi dari negara yang tidak berarti mereka tidak perlu lagi khawatir apabila ada pihak lain yang ingin membajak dan mengambil keuntungan dari karya tersebut. Disamping fungsi proteksi, manfaat dari mendaftarkan hak cipta dan merek dagang adalah fungsi ekonomis, apabila ada pihak lain ingin menggunakan merek yang telah terdaftar hak cipta atau dagangnya untuk kepentingan tertentu maka pihak tersebut harus lebih dahulu meminta izin kepada pencipta. Dengan mendaftarkan merek, para pelaku ekonomi kreatif juga dapat membuka peluang waralaba dengan merek dagangnya, yang berarti para pelaku tersebut dapat melakukan ekspansi ke berbagai daerah untuk mengenalkan produk hanya dengan menggunakan merek dagangnya.

Selain itu, beberapa musisi juga beranggapan bahwa mendaftarkan karya nya ke DJKI baik mandiri maupun melalui program fasilitasi Bekraf terlalu rumit, baik dari segi finansial maupun segi prosedural yang cukup memakan waktu lama. Meskipun menggunakan hak deklaratif sesuai Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, para musisi yang tidak mendaftarkan karya nya ke DJKI tidak memiliki kekuatan hukum di mata pengadilan karena hanya dengan hak deklaratif tidak menutup kemungkinan orang lain dapat mendaftarkan karya tersebut demi keuntungan pribadi dikarenakan sistem hukum di Indonesia menganut sistem *First to File* yang berarti bahwa pendaftaran suatu merek hanya akan diberikan kepada pihak yang lebih dahulu mengajukan permintaan pendaftaran untuk sebuah merek.

Selain itu, budaya kebanyakan orang Indonesia juga cenderung memprioritaskan harga murah, berkualitas, dan penjualan yang mencakup area lebih luas atau ekspansi dibandingkan mempedulikan merek dagang maupun cipta milik mereka masing-masing. Masalah lain yang dihadapi

Bekraf ialah bentuk masyarakat Indonesia sendiri yang mayoritas masih bersifat komunal sementara konsep HKI bersifat privat atau individual. Bekraf yang bekerja sama dengan DJKI Kemenkumham mengatasi hal ini dengan Hak Kekayaan Intelektual Komunal sebagai bentuk perlindungan Kekayaan Intelektual terhadap produk komunal yang pemegang haknya terdiri dari para masyarakat yang bertempat di suatu daerah dan memproduksi produk ekonomi yang sama. Hal ini diciptakan agar para masyarakat komunal ini tetap mendapatkan perlindungan dari negara apabila produk yang mereka miliki turun temurun tidak dimonopoli oleh individu-individu tertentu yang mencari keuntungan pribadi. Dengan ini, Bekraf dapat memfasilitasi produk-produk indikasi geografis ini melalui berbagai acara yang pernah diadakan Bekraf selama 4 tahun masa kerjanya.

D. Simpulan

Deputi Fasilitasi Hak Kekayaan Intelektual dan Regulasi Bekraf sangat mempengaruhi perkembangan lingkungan ekonomi kreatif di Indonesia. Selama program kebijakan fasilitasi hak kekayaan intelektual ini berlangsung, terhitung ada lebih dari 67 kota, 115 kegiatan dan 7.400 pemohon pendaftar HKI yang mendaftarkan produknya melalui Bekraf di setiap event yang dilakukan oleh Bekraf.

Deputi Fasilitasi Hak Kekayaan Intelektual dan Regulasi Bekraf mampu meningkatkan kesadaran masyarakat Indonesia terkhusus pelaku ekonomi kreatif akan pentingnya Hak Kekayaan Intelektual melalui berbagai rangkaian seminar dan acara yang diadakan oleh Bekraf selama 4 tahun terakhir.

E. Saran

Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif agar terus melanjutkan program Bekraf terutama di bidang fasilitasi Kekayaan Intelektual untuk

mempermudah para pelaku usaha ekonomi kreatif baru dalam mendaftarkan Kekayaan Intelektualnya dan mengadakan sosialisasi tentang Kekayaan Intelektual secara periodik setiap 6 bulan sekali agar semakin banyak pelaku ekonomi kreatif yang mengenal akan pentingnya menjaga Kekayaan Intelektualnya masing-masing.

F. Daftar Pustaka

Buku:

H.B. Sutopo. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif Dasar Teori dan Terapannya dalam Penelitian*. Surakarta: UNS Press.

Soerjono Soekanto. 2014. *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: Universitas Indo Press.

Al Sentot Sudarwanto & Dona Budi Kharisma. 2019. *Koperasi Di Era Ekonomi Kreatif*. Yogyakarta: Thafamedia.

Jurnal:

Ayup Suran Ningsih & Maharani Balqis Hedyati. 2019. "Penegakan Hukum Hak Cipta Terhadap Pembajakan Film Secara Daring". *Jurnal Meta-Yuridis*. Vol 2, No 1. Semarang: Universitas Negeri Semarang.

Bruno Moriset. 2013. "The Rise of Coworking Spaces". *Building New Places of The Creative Economy Journal*. The Netherlands: Utrecht University.

Diah Yulisetiari, Hadi Paramu, Sri Wahyu Lelly Hana, Cempaka Paramita, Kristian Suhartadi W.N, Fajar Destari, Gusti Ayu Wulandari, Purnamie Titisari, Ema Desia Prajitiasari, Arnis Budi Susanto. 2019. "Characterization of Creative Industries: Challenges And Opportunities". *International Journal of Scientific & Technology Research*. Vol 8, Issue 05. Jember: Universitas Negeri Jember.

H. Ahmad M. Ramli, Ranti Fauza Mayana, Tisni Santika. 2020 "Fostering a Creative Economy with Copyright Protection: 'Weightless Economy' And Creativity-Based Sustainable Development". *International Journal of Innovation, Creativity, and Change*. Vol 10, Issue 10. Bandung: Universitas Padjajaran, Universitas Pasundan.

- Herie Saksono. 2012. "Creative Economy: New Talents for Regional Competitiveness Triggers". *Jurnal Ekonomi Kreatif: Talenta Baru Pemicu Daya Saing Daerah*. Jakarta: Kemendagri.
- Lalit Jajpura. 2017. "An Introduction to Intellectual Property Rights and Their Importance in Indian Context". *Journal of Intellectual Property Rights*. Vol 22. Australia: RMIT University
- Lidya Shery Muis. 2017. "Perlindungan Hukum Hak Cipta Fesyen Terhadap Ekonomi Kreatif dalam Masyarakat Ekonomi ASEAN". *Jurnal Perspektif*. Vol 2. Surabaya: Universitas Surabaya
- Luciana Lima Guilherme. 2017. "Creative Economy: Thematic Perspectives Addressed and research Methodologies Adopted", *Brazillian Journal of Science and Technology*. Brazil: Rio de Janeiro Federal University.
- Munawar Kholil, Adi Sulistyono, Albertus Sentot Sudarwanto. 2019. "Issues And Challenges Of Trademark Law Registration For Small Entrepreneurs In Strengthening Creative Economic Communities In Indonesia", *International Journal of Business, Economics and Law*, Vol. 18, Issue 5.
- Nicola Boccella, Irene Salerno. 2016. "Creative Economy, Cultural Industries, and Local Development", *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, Vol. 223. Rome: Sapienza University.

Perundang-undangan:

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografi

Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif

Wawancara:

Wawancara dengan Ari Juliano Gema, Deputi Fasilitasi Hak Kekayaan Intelektual dan Regulasi Badan Ekonomi Kreatif periode 2016-2019