

# HKI dalam Industri Kreatif

Firoz Gaffar

SEKRETARIS JENDERAL ASOSIASI KONSULTAN HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL

Dunia *gadget* diramalkan oleh produk baru yang makin canggih. Contohnya iPad buatan Apple Inc sebagai generasi lanjutan iPhone dan iPod. Saat peluncuran perdana April lalu terjual 300 ribu unit; dalam sepekan menembus angka 500 ribu unit; akhir Juni nanti diperkirakan melepas 1,25 juta unit; dan akhir tahun ini bisa jadi target jual mencapai 5 juta unit.

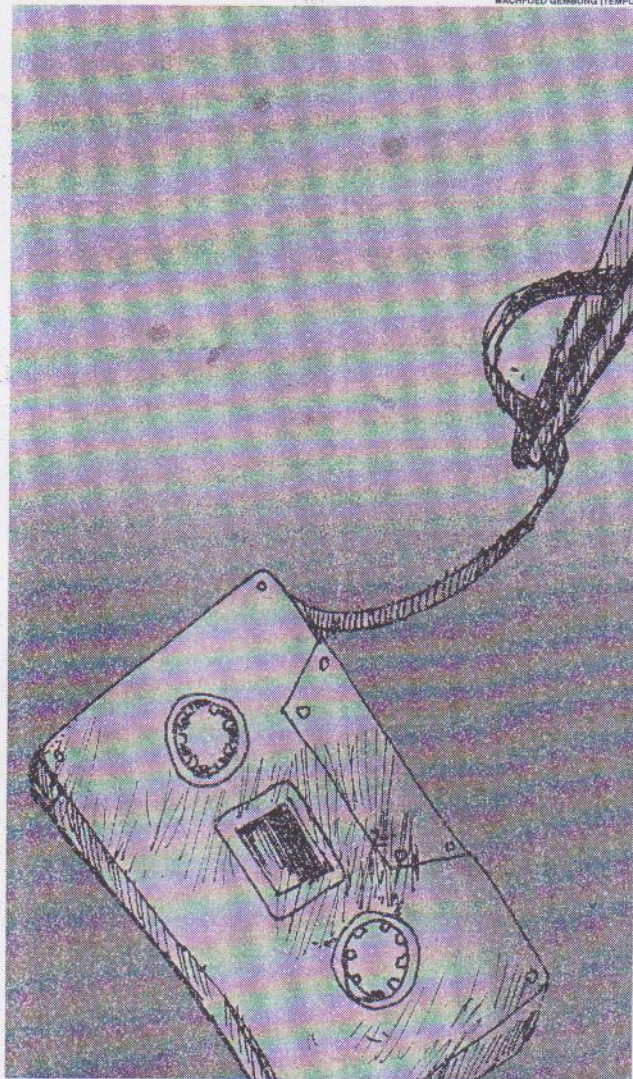
Di dunia yang sama, terjadi perseteruan sengit antara Apple Inc asal Amerika dan HTC Corp asal Taiwan. Pada 13 Mei lalu, HTC melayangkan komplain ke US International Trade Commission (ITC) bahwa Apple melanggar lima paten miliknya. Kemampuan menyimpan data meski sedang *off* pada iPad besutan Apple dituding menjiplak teknologi HTC. Manajemen daya dan direktori telepon pada iPhone keluaran Apple juga dianggap mencontek invensi HTC. Ini serangan balik atas gugatan Apple terhadap HTC di pengadilan federal di Wilmington, Delaware, dan ITC yang menganggap HTC mencuri paten *touch-screen* milik Apple.

Dua fenomena di atas adalah dinamika dalam Information and Communication Technology (ICT). Pada satu sisi, dinamika ini menggambarkan adanya inovasi dan sofistikasi teknologi telepon plus komputer sebagai industri kreatif. Pada sisi lain, ini mencerminkan adanya keterkaitan hak kekayaan intelektual (HKI) dalam industri kreatif tersebut. Permasalahannya, bagaimana HKI memberikan nilai tambah beragam industri kreatif yang saat ini sedang digalakkan banyak negara, termasuk Indonesia?

## Proteksi

World Intellectual Property Organization (WIPO) mengartikan HKI sebagai hak atas hasil kegiatan daya pikir manusia di lapangan industri, sains, sastra, dan seni. Apa tujuannya? Pertama, memberikan hak moral dan hak ekonomi kepada kreator dan hak akses kepada publik atas karya terkait. Kedua, meningkatkan kreativitas, diseminasi, dan aplikasi kreasi serta mendorong perdagangan yang merata dalam pembangunan ekonomi.

Memang sudah semestinya kreasi pribadi memperoleh hak, sebagaimana ditegaskan Pasal 27 Piagam Hak Asasi Manusia, "Everyone has the right freely to participate in culture life of community, to enjoy the arts and to share in scientific advancement and its benefit. Everyone has the right to the protection of the moral and material interest



resulting from any scientific, literary or artistic production of which he is the author."

Di sektor bisnis, riset di Uni Eropa menunjuk beberapa alasan praktis perlunya HKI, yaitu mencegah pemalsuan (70,4 persen), mendahului kompetitor (20,3 persen), prestise perusahaan (10,1 persen), menghindari tuduhan palsu (6,5 persen), dan alasan lain (5,8 persen). Dengan begitu, HKI merupakan kapitalisasi intelektualitas manusia (*creative capital*) yang melekat pada setiap kreator dalam lapangan ekonomi, termasuk sektor industri kreatif.

## Industri kreatif

Industri kreatif adalah bagian ekonomi kreatif yang tidak sama dengan ekonomi konvensional, karena berkarakter unik dari kreativitas, keterampilan, dan talenta individu. Dengan memanfaatkan HKI, industri ini berpotensi meningkatkan kesejahteraan dan menciptakan lapangan kerja.

Dengan banyaknya sumber daya insani yang kreatif dan

beragamnya budaya yang kaya, Indonesia optimistis dapat mengembangkan sektor ekonomi kreatif tersebut. Sejak awal dekade ini, industri kreatif diyakini dapat menjawab tantangan ekonomi nasional, seperti rendahnya pertumbuhan ekonomi (4,5 persen), tingginya angka pengangguran (9-10 persen), tingginya angka kemiskinan (16-17 persen), dan rendahnya daya saing industri (Mudradjad Kuncoro, 2003).

Pengembangan industri kreatif meliputi tahapan: kreasi, produksi, distribusi, dan komersialisasi. Pada tahap kreasilah terjadi nilai tambah (*added value*) oleh HKI terhadap produk yang akan dihasilkan. Tidak seperti industri konvensional bersifat fisik (*tangible*), industri kreatif sebaliknya menonjolkan sifat maya (*intangible*) berupa HKI.

## Nilai tambah

Masukan utama pada tahap kreasi adalah karya inovatif yang dicakup rezim HKI tertentu. Dalam rezim hak cipta, nilai tambahnya adalah "keaslian" (*originality*) ciptaan dalam la-

pangan sains, seni, dan sastra. Pengakuan atas karya ini bukan atas gagasan, prosedur, atau rumus matematika, melainkan terhadap ekspresi nyata yang dapat dilihat, dibaca, atau didengar.

Yang dijadikan nilai tambah dalam rezim merek adalah "daya pembeda" (*distinctive*) atas tanda (seperti gambar, nama, kata, dan unsur lain) dalam kegiatan perdagangan. Itu sebabnya merek yang sama secara visual pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek yang sudah terdaftar harus ditolak pendaftarannya oleh otoritas.

Lain lagi rezim paten. Nilai tambah ditunjukkan oleh "baru" (*new*)-nya invensi, yakni kegiatan pemecahan masalah spesifik di bidang teknologi yang tidak sama dengan invensi sebelumnya. Invensi ini bisa berupa produk, bisa juga berupa proses. Bahkan bisa pula pengembangan produk atau proses.

Rezim desain industri adalah kreasi bentuk, konfigurasi, komposisi garis/warna yang membentuk dua atau tiga dimensi. Hampir mirip paten, "baru" (*new*) pada desain adalah nilai tambahnya, yang menekankan ketidaksamaan signifikan dengan desain sebelumnya. Desain ini akan dipakai sebagai produk, barang, komoditas, dan kerajinan. Dalam desain ini aspek teknis atau fungsi tidak dipersoalkan.

Rezim lainnya, rahasia dagang yang menjadikan "rahasia" (*secret*) sebagai nilai tambah di bidang teknologi atau bisnis. Yang bisa dirahasiakan adalah beragam metode, seperti pengolahan, penjualan, dan lainnya yang bernilai ekonomis dan harus belum diketahui publik. Kembali ke fenomena *gadget* di awal tulisan ini. Bisa saja semua rezim HKI dalam kaitan dengan *gadget*. Semuanya menunjukkan bahwa *gadget* sebagai bagian industri kreatif terbukti mendapatkan nilai tambah dari HKI.

Rata-rata pertumbuhan nasional 5,24 persen. Tapi sektor industri kreatif (terdiri atas 14 subsektor) terbukti memberikan kontribusi signifikan bagi produk domestik bruto (PDB) Indonesia 2002-2008 sebesar 6,28 persen atau Rp 104,63 triliun. Layanan komputer dan peranti lunak menyumbang 10,6 persen. Sayangnya, sampai sekarang belum ada kalkulasi ekonomi berapa besar nilai tambah HKI terhadap industri kreatif. Ini tantangan buat pemangku kepentingan HKI di Indonesia, termasuk Asosiasi Konsultan HKI. Ingat pesan Cicero: merupakan pujian bila mengerjakan yang harus dikerjakan, bukan yang diinginkan (*id facere laus est quot decet, non quod licet*). ●