

4-10-2021

Kepemilikan Hak Kekayaan Intelektual dan Kinerja Sektor Ekonomi Kreatif di Indonesia

Dzaki Yudi Ananda

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Indonesia, Indonesia, dzakiyudiananda@gmail.com

M. Halley Yudhistira

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Indonesia, Indonesia

Follow this and additional works at: <https://scholarhub.ui.ac.id/jke>



Part of the [Economics Commons](#), [Public Affairs, Public Policy and Public Administration Commons](#), and the [Urban Studies and Planning Commons](#)

Recommended Citation

Ananda, Dzaki Yudi and Yudhistira, M. Halley (2021) "Kepemilikan Hak Kekayaan Intelektual dan Kinerja Sektor Ekonomi Kreatif di Indonesia," *Jurnal Kebijakan Ekonomi*: Vol. 16: Iss. 1, Article 2.

DOI: 10.21002/jke.2021.01

Available at: <https://scholarhub.ui.ac.id/jke/vol16/iss1/2>

This Article is brought to you for free and open access by the Faculty of Economics & Business at UI Scholars Hub. It has been accepted for inclusion in Jurnal Kebijakan Ekonomi by an authorized editor of UI Scholars Hub.

Kepemilikan Hak Kekayaan Intelektual dan Kinerja Sektor Ekonomi Kreatif di Indonesia

Dzaki Yudi Ananda^{a*}, & M. Halley Yudhistira^a

^aMagister Perencanaan Ekonomi dan Kebijakan Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Indonesia

Abstract

Creative economy has been assigned as the backbone of Indonesian economy in the future. Based on Article 24 of the 2019 Law of Creative Economy, the protection of Intellectual Property Rights upholds an important role in creative economy. This research aims to observe the impact of intellectual property rights to the performance of creative economy as measured by the total income and export decision of creative economy actors, using the Ordinary Least Square (OLS) analytical method. It uses the cross-section data sourced from Badan Pusat Statistik (BPS)/Central Bureau of Statistics in 2016. This research concludes that the ownership of Intellectual Property Rights by economy actors has yielded significantly positive impact to the total income and export decision of creative economy actors.

Keywords: Creative Economy, IPR, Income, Export

Abstrak

Ekonomi kreatif ditetapkan pemerintah sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia di masa mendatang. Berdasarkan Undang-undang Nomor 24 Tahun 2019 Tentang Ekonomi Kreatif, perlindungan hak kekayaan intelektual memiliki peran penting di dalamnya. Penelitian ini mencoba untuk melihat bagaimana pengaruh hak kekayaan intelektual terhadap kinerja ekonomi kreatif yang diukur dengan total pendapatan dan keputusan ekspor pelaku ekonomi kreatif. Penelitian ini menggunakan metode analisis Ordinary Least Square (OLS). Data yang digunakan adalah data cross section yang bersumber dari Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2016. Temuan dari penelitian ini adalah kepemilikan HKI oleh pelaku ekonomi kreatif berdampak positif secara signifikan terhadap pendapatan dan keputusan ekspor pelaku ekonomi kreatif.

Kata kunci: Ekonomi kreatif, HKI, Pendapatan, Ekspor

PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif merupakan salah satu sektor yang berpotensi untuk dikembangkan. Hal ini seiring dengan mulai berkurangnya ketersediaan sumber daya alam untuk dieksploitasi. Pemerintah mulai memberikan perhatian pada ekonomi kreatif melalui Undang-undang Nomor 24 Tahun 2019 Tentang Ekonomi Kreatif. Pemerintah telah menetapkan 16 subsektor ekonomi kreatif yang terdiri dari aplikasi dan pengembangan games, arsitektur, desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, fashion, film/animasi/video, fotografi, kriya, kuliner, musik, penerbitan, periklanan, seni

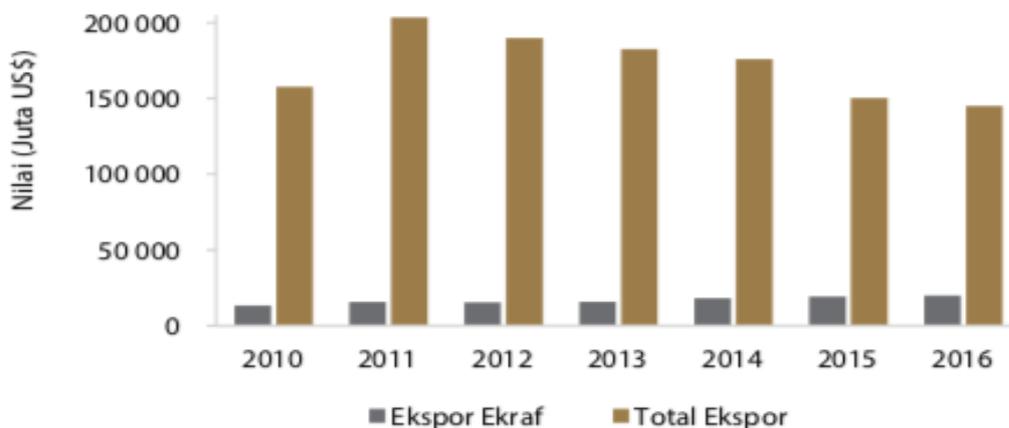
pertunjukan, seni rupa, dan televisi/radio. Selain itu pemerintah juga telah mengeluarkan Peraturan Presiden Tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif (Rindekraf) Nasional Tahun 2018-2025. Dalam Rindekraf dijelaskan bahwa Ekonomi Kreatif adalah perwujudan nilai tambah dari suatu ide atau gagasan kekayaan intelektual yang mengandung keorisinalan, lahir dari kreativitas intelektual manusia, berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi, keterampilan, serta warisan budaya (Peraturan Presiden RI Nomor 142 Tahun 2018 Tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional Tahun 2018-2025).

* alamat korespondensi : dzakiyudiananda@gmail.com

Hak Kekayaan Intelektual (HKI) adalah hak yang timbul atas hasil olah pikir otak manusia yang menghasilkan suatu produk atau proses yang berguna untuk manusia. Seluruh subsektor ekonomi pasti akan bersinggungan dengan HKI. Perlindungan HKI digunakan agar produk dan/atau jasa dari pelaku industri kreatif tidak dapat disalahgunakan oleh pihak lain. Pelanggaran HKI dapat menimbulkan kerugian ekonomi bagi pelaku industri kreatif.

12,96% terhadap total ekspor nasional (BPS, 2017). Fakta ini menunjukkan bahwa nilai ekonomi kreatif terus bertambah dan menjadi salah satu potensi besar yang diharapkan dapat mendorong kembali perekonomian Indonesia secara keseluruhan.

Pentingnya HKI tidak diiringi dengan kepemilikan HKI oleh pelaku ekonomi kreatif. Hanya 11,05% unit usaha ekonomi kreatif yang memiliki HKI pada tahun 2016 (BPS,



Perkembangan Nilai Ekspor Ekonomi Kreatif dan Ekspor Total Tahun 2010-2016

Sumber: BPS, 2017

Industri kreatif secara statistik mengalami peningkatan dalam beberapa tahun terakhir. PDB ekonomi kreatif tahun 2017 berjumlah Rp. 989,15 triliun. Nilai tersebut merupakan 7,38% dari total PDB nasional dengan laju pertumbuhan 5,05%. Sektor ekonomi kreatif adalah sektor ke-4 terbesar dalam penyerapan tenaga kerja yang berjumlah 17,69 juta (15,61%) pada tahun 2017. Nilai ekspor ekonomi kreatif dari tahun 2010 hingga tahun 2016 terus mengalami peningkatan dari US\$ 13,51 menjadi US\$ 19,99. Hal ini berbanding terbalik dengan ekspor nonmigas yang terus mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2017, nilai ekspor ekonomi kreatif berjumlah US\$ 19,8 miliar dan menyumbang

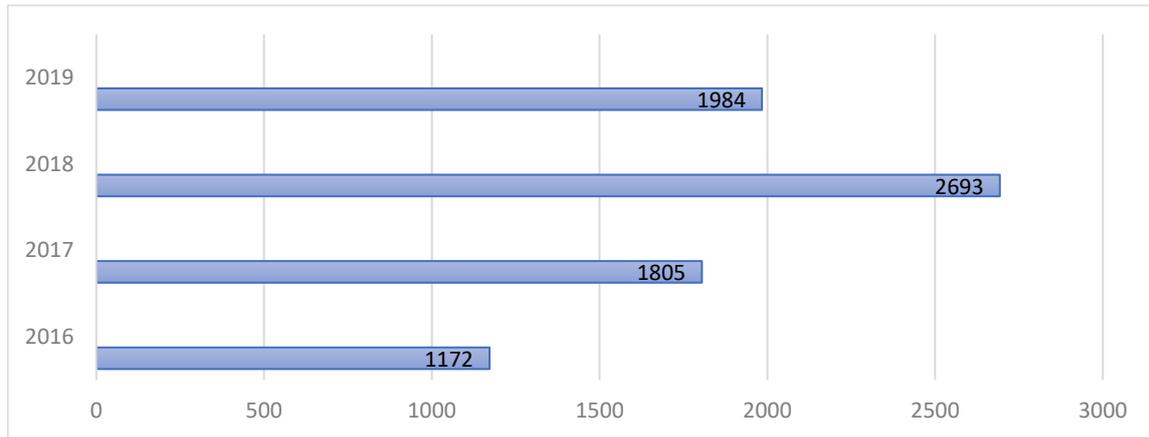
2017). Permasalahan ini disebabkan karena sulitnya akses untuk melakukan pendaftaran HKI ke Kementerian Hukum dan HAM. Permasalahan pertama adalah terbatasnya informasi mengenai HKI beserta konsekuensi hukum yang ada di dalamnya. Selanjutnya, pendaftaran HKI membutuhkan biaya yang tidak sedikit, terutama bagi UMKM. Pendaftaran HKI berkisar antara Rp. 400.000 hingga Rp. 2.000.000 tergantung pada jenis HKI yang akan didaftarkan. Oleh sebab itu pelaku ekonomi kreatif perlu dibantu dalam bentuk fasilitasi pendaftaran HKI.

Pemerintah sendiri telah membentuk lembaga yang khusus menangani sektor ekonomi kreatif. Badan Ekonomi Kreatif

(Bekraf) adalah lembaga non kementerian yang dibentuk pada tanggal 20 Januari 2015 berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015.

Fasilitasi pendaftaran HKI adalah insentif pembayaran biaya permohonan HKI.

industri. Salah satunya adalah studi yang dilakukan oleh Handke (2016) yang melihat perspektif ekonomi dari HKI di industri kreatif. Perspektif ekonomi tentang HKI sedikit berbeda di industri kreatif, karena kondisi natural dari pelaku industri tidak dapat



Sumber: Bekraf, diolah

Gambar 1.2. Jumlah Pelaku Ekonomi Kreatif yang Mendapatkan Fasilitasi Pendaftaran HKI Tahun 2016-2019

Permohonan yang telah diajukan melalui Deputi Fasilitasi HKI dan Regulasi Bekraf selanjutnya akan didaftarkan ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM. Program ini diharapkan dapat memberikan nilai tambah bagi unit usaha ekonomi kreatif.

Kebijakan fasilitasi pendaftaran HKI ditetapkan oleh Badan Perencanaan dan Pembangunan Nasional (Bappenas) sebagai prioritas nasional sejak tahun 2016. Bappenas juga menetapkan sektor kuliner, fesyen, dan kriya sebagai sektor unggulan dan film, aplikasi, dan musik sebagai sektor prioritas (Peraturan Menteri Perencanaan Pembangunan Nasional Nomor 9 Tahun 2018 Tentang Rancangan Rencana Kerja Pemerintah Tahun 2019).

Terdapat beberapa penelitian yang melihat bagaimana HKI berpengaruh terhadap sebuah

diabaikan. Studi tersebut juga meletakkan perhatian pada kompetisi dan pertumbuhan ekonomi digital.

Akan tetapi penelitian tersebut tidak secara spesifik menjelaskan pertumbuhan ekonomi yang dimaksud, dalam artian tidak terdapat bukti data yang menunjukkan bahwa HKI berdampak pada industri kreatif secara finansial. Studi tersebut hanya melihat keterkaitan HKI dan industri kreatif secara kualitatif. Oleh karena itu perlu adanya studi yang menggali lebih jauh lagi bagaimana kepemilikan HKI berdampak pada kinerja finansial di industri kreatif. Diperlukan juga adanya sebuah studi yang menggunakan data kuantitatif untuk dapat menjelaskan bagaimana HKI dapat memberikan pengaruh terhadap industri kreatif khususnya di Indonesia.

Penulis belum menemukan adanya studi yang membahas mengenai perlindungan HKI dan kinerja ekonomi kreatif, khususnya di Indonesia. Hal tersebut disebabkan oleh sektor ekonomi kreatif yang belum lama menjadi perhatian. Oleh sebab itu, penulis berharap penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan ekonomi kreatif yang berbasis HKI. Dengan perlindungan yang diberikan oleh HKI, dapat memberikan nilai tambah bagi pelaku sektor ekonomi kreatif dalam menjalankan usahanya. Penelitian ini juga melihat bagaimana pentingnya kepemilikan HKI yang dapat berdampak pada pendapatan dan aktivitas ekspor pelaku usaha sektor ekonomi kreatif. Melalui penelitian ini, pemangku kepentingan dapat melihat pengaruh kebijakan fasilitasi pendaftaran HKI terhadap kinerja sektor ekonomi kreatif.

TINJAUAN LITERATUR

Untuk melihat bagaimana pengaruh kepemilikan HKI terhadap kinerja perusahaan, penulis menggunakan teori fungsi produksi. Konsep fungsi produksi adalah konsep dasar dalam analisis ekonomi, mewakili formalisasi matematis dari hubungan antara produksi dan faktor-faktor yang sebenarnya berkontribusi pada produksi itu. Fungsi produksi menghubungkan output dengan input, seperti modal dan tenaga kerja (Vilcu dan Vilcu, 2019; Akerberg *et al*, 2015). Modal dijelaskan sebagai bagian dari lingkungan dimana tenaga kerja bekerja, sehingga tenaga kerja tidak dianggap sebagai faktor produksi yang bekerja sendiri (Robinson, 1953). Adapun fungsi dari produksi adalah $f = f(x_1, \dots, x_n)$, dimana n menunjukkan jumlah faktor

produksi (input), x_1, \dots, x_n adalah input dan f adalah tingkat output (Vilcu dan Vilcu, 2019).

Berdasarkan teori fungsi produksi, penulis melihat bahwa HKI merupakan bagian dari modal tidak berwujud yang mempengaruhi output produksi dari sebuah perusahaan. Bollen *et.al* (2005) menjelaskan bahwa perekonomian baru saat ini beberapa kali tidak menempatkan aset tetap sebagai penentu dari nilai sebuah perusahaan. Beberapa perusahaan menggunakan aset tidak berwujud seperti modal intelektual untuk memainkan peran penting dalam penentuan nilai perusahaan. Eksploitasi terhadap manfaat dari kepemilikan modal intelektual menyebabkan persaingan yang ketat antar perusahaan dalam pasar, sehingga dapat merefleksikan nilai dari kinerja perusahaan. Bollen menempatkan HKI sebagai bagian tak berwujud dari modal intelektual. HKI juga strategis untuk memperluas kapabilitas perusahaan dan manajemen HKI merupakan cara untuk meningkatkan kinerja keseluruhan perusahaan. Bollen juga menemukan bahwa terdapat hubungan yang positif antara HKI dan kinerja perusahaan (Bollen *et.al*, 2005).

HKI adalah bagian yang kemampuan inti perusahaan. Sebagai elemen pengetahuan teknis, HKI bermanifestasi dalam produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Karena HKI merupakan elemen pengetahuan operasional, HKI menjadi proses dimana produk atau jasa dibuat dan disampaikan kepada konsumen. HKI yang terintegrasi dalam perusahaan menjadi keunggulan perusahaan untuk menjadi lebih unggul dan kompetitif (Smith dan Hansen, 2002).

Selain pendapatan, penulis juga menggunakan aktivitas ekspor untuk melihat kinerja usaha ekonomi kreatif. Literatur yang membahas mengenai hubungan antara modal intelektual dan ekspor perusahaan. Zerenler dan Gozlu (2008) menemukan bahwa dapat dikonfirmasi kinerja ekspor perusahaan berada di bawah pengaruh yang kuat dari modal kapital, terutama di sektor teknologi tinggi. Moslehi *et.al* (2006) melihat adanya peningkatan ekspor, khususnya di negara berkembang, disebabkan adanya peningkatan daya saing industri. Adapun sumber dari peningkatan daya saing tersebut adalah modal intelektual yang dimiliki oleh perusahaan. Temuan lainnya adalah bahwa dampak modal intelektual yang mempengaruhi ekspor membutuhkan waktu. Oleh sebab itu diperlukan adanya upaya jangka panjang untuk menunjang kinerja ekspor menggunakan modal kapital.

Dalam perusahaan, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kinerja perusahaan.

Faktor pertama adalah aktivitas inovasi. Teknologi baru dari inovasi dapat digunakan untuk mendapatkan keuntungan dan menyebabkan keputusan untuk masuk pasar menjadi lebih sulit. Teknologi baru yang dipatenkan berdampak penting terhadap inovasi dan inovasi yang dapat dipatenkan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi di negara berkembang. Dalam kasus di Korea Selatan dimana inovasi berkontribusi terhadap capaian perusahaan. Pengalaman perusahaan di Korea Selatan menunjukkan bahwa kapasitas teknologi dapat memberikan insentif untuk melakukan inovasi. (Burke dan Fraser, 2011; Kim *et.al*, 2011).

Faktor kedua adalah tenaga kerja. Mondal dan Gupta (2007) menggunakan istilah negara Utara dan Selatan dalam menjelaskan proteksi HKI dan pengangguran. Negara Utara adalah negara yang melakukan invensi dan negara Selatan adalah negara yang melakukan penjiplakan. Penelitian ini menemukan bahwa penguatan HKI di negara Selatan pada tingkat keseimbangan, menurunkan tingkat pengangguran dan laju pertumbuhan imitasi. Lee (2009) dan Isik *et.al* (2017) melihat pengaruh ukuran perusahaan dan tingkat keuntungan perusahaan-perusahaan sektor manufaktur di Turki. Ukuran perusahaan menggunakan indikator jumlah tenaga kerja, aset perusahaan, dan penjualan.

Faktor ketiga adalah penggunaan internet. Internet memberikan dampak yang signifikan terhadap kinerja perusahaan di sektor jasa. Internet mempermudah fungsi transaksi seperti pemesanan, penjualan dan pembayaran. Selain itu, internet juga mempermudah pencarian informasi produk dan jasa yang berasosiasi positif dengan kinerja perusahaan (Drennan dan McColl Kennedy, 2003).

Faktor keempat adalah tingkat pendidikan. Tingkat pendidikan pimpinan perusahaan dapat mengindikasikan peningkatan pendapatan. Tingkat pendidikan penting sebagai sumber koneksi (Saidu, 2019). Tingkat pendidikan yang tinggi memiliki signifikansi terhadap kemampuan mereka memberikan keputusan yang optimal dan menyebabkan peningkatan pendapatan perusahaan manufaktur (Certo, 2003; Rajagopalan dan Datta, 1996).

Faktor kelima adalah aktivitas penelitian dan pengembangan. Penelitian dan pengembangan berdampak pada pendapatan perusahaan. Pengeluaran perusahaan di Amerika yang dihabiskan untuk melakukan penelitian dan pengembangan memiliki hubungan dengan pertumbuhan keuntungan perusahaan (Morbey, 1989). Perusahaan-perusahaan yang memiliki pengeluaran penelitian dan pengembangan yang lebih tinggi, rata-rata memperoleh pertumbuhan penjualan tingkat lebih tinggi dari tingkat rata-rata pasar (Brenner dan Rushton, 1989).

Faktor keenam adalah pinjaman perbankan. Pinjaman perbankan merupakan salah satu bentuk pembiayaan yang sulit diakses dalam perdagangan, terutama di negara berkembang. Padahal akses pinjaman perbankan sangat penting dalam meningkatkan kinerja dan pertumbuhan perusahaan (Ayyagari *et al*, 2010; Du *et.al*, 2012).

Brem *et.al* (2017) melihat hubungan antara inovasi dan pemanfaatan HKI dalam usaha kecil dan menengah di Amerika Serikat. Temuan dari penelitian ini adalah keuntungan yang didapat dari kepemilikan HKI berbeda dan bergantung pada ukuran perusahaan dan korespondensi HKI. Usaha kecil dan menengah tidak mendapat manfaat dari inovasi atau dari paten yang sama dengan perusahaan besar. Ernst (1995) menemukan bahwa perusahaan dengan aktivitas pendaftaran paten yang aktif cenderung lebih inovatif dan berhasil dalam industri. Di dalam pasar, perusahaan yang memiliki paten aktif memiliki kinerja yang baik secara ekonomi. Perusahaan-perusahaan tersebut menjadi

lebih baik dalam pertumbuhan, pendapatan, dan tren kinerja.

Agostini *al et.* (2014) melihat perusahaan-perusahaan saat ini dapat meningkatkan kompetisi global dan mengembangkan teknologi tinggi karena kemampuan inovasi yang dilindungi oleh HKI. Agostini melihat hubungan antara merek dan paten terhadap kinerja ekonomi perusaha kecil dan menengah di industri Italia, industri mekanis dan fesyen. Telah dilihat bahwa usaha kecil dan menengah dalam industri fesyen mendaftarkan lebih banyak merek dagang daripada perusahaan di bidang mekanis, yang menunjukkan penggunaan merek dagang yang lebih berkelanjutan di sektor ini. Temuan lainnya yang didapatkan adalah kepemilikan paten dan merek tidak memiliki dampak langsung dalam peningkatan kinerja finansial di industri mekanis. Salah satu penyebabnya karena kurangnya kompetensi manajerial dalam usaha kecil dan menengah sehingga tidak dapat mengubah modal intelektual dan aset pengetahuan mereka menjadi kinerja keuangan dan ekonomi.

Fasilitasi pendaftaran HKI yang dilakukan oleh Bekraf bagi pelaku usaha sektor ekonomi kreatif akan meningkatkan jumlah kepemilikan HKI usaha ekonomi kreatif. Hal tersebut disebabkan hilangnya kendala, seperti biaya dan administrasi pendaftaran, yang harus dihadapi oleh pelaku ekonomi kreatif. Penelitian ini kemudian akan melihat bagaimana dampak dari kepemilikan HKI unit usaha ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan dan keputusan ekspor yang diambil oleh pelaku ekonomi kreatif.

Berdasarkan literatur yang telah dibahas sebelumnya, sebagai faktor produksi HKI

memiliki dampak pada pendapatan dan ekspor perusahaan. Jika perusahaan memiliki HKI, maka akan meningkatkan pendapatan perusahaan dan keputusan melakukan ekspor. Penulis menggunakan pendapatan dan ekspor sebagai parameter untuk mengukur kinerja sektor ekonomi kreatif di Indonesia.

METODE

Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi hubungan antara kinerja ekonomi kreatif dengan menggunakan variabel total pendapatan dan keputusan ekspor serta hubungannya dengan kepemilikan HKI, jumlah tenaga kerja, aktivitas inovasi, status pinjaman perbankan, aktivitas penelitian dan pengembangan, penggunaan internet, status pendidikan dasar, status pendidikan tinggi, dan subsektor. Khusus untuk variabel pendapatan, penulis menggunakan algoritma natural Ln untuk menyederhanakan dan

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 T_i + \beta_2 X_i + \varepsilon_i \quad (1)$$

dimana Y_i adalah Ln total pendapatan pelaku ekonomi kreatif dan dummy keputusan ekspor pelaku ekonomi kreatif. T_i adalah variabel yang menjadi fokus dari penelitian ini yaitu status kepemilikan HKI. X_i adalah variabel kontrol yang terdiri dari jumlah tenaga kerja dalam satu unit usaha ekonomi kreatif.

Sumber dan Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data cross section yang berasal dari Badan Pusat Statistik (BPS). Data yang diolah merupakan data pada tahun 2016 dengan jumlah 5.992 sampel. Data tersebut diambil dari 34 provinsi di Indonesia dan mewakili 16 subsektor ekonomi kreatif. Dalam penelitian ini, unit analisis adalah pelaku ekonomi kreatif. Pelaku tersebut merupakan unit usaha ekonomi kreatif.

Analisis Deskriptif

Tabel 4.1. Deskriptif Data

Variabel	Mean	Std. Deviasi	Min	Max
Pendapatan	18.99	3.53	0	35.23
DEkspor	.08	.27	0	1
DHKI	.11	.31	0	1
Memiliki HKI (Obs. 662)	1	0	1	1
Tidak Memiliki HKI (Obs. 5.330)	0	0	0	0
Jumlah Tenaga Kerja	14.27	47.13	0	1.500
Dinovasi	.62	.48	0	1
DPinjaman Bank	.24	.42	0	1
DPenelitian dan Pengembangan	.28	.45	0	1
DPenggunaan Internet	.68	.46	0	1
DPendidikan Dasar	.48	.49	0	1
DPendidikan Tinggi	.49	.5	0	1
DPMA	.00	.06	0	1
DPMDN	.11	.31	0	1
Subsektor	9.53	3.71	1	16

Sumber: BPS, data diolah

mengurangi fluktuasi data. Adapun baseline model regresi yang digunakan adalah sebagai berikut:

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah total pendapatan dan keputusan ekspor.

Variabel total pendapatan merupakan jumlah pendapatan yang didapatkan pada tahun 2015. Total pendapatan didapatkan dari jumlah pendapatan dari sektor jasa dan total pendapatan dari produksi ekonomi kreatif. Satuan dalam variabel total pendapatan adalah dalam juta rupiah. Variabel total pendapatan dapat menggambarkan pemasukan pelaku ekonomi kreatif dari apakah pelaku ekonomi kreatif melakukan ekspor atau tidak. Skala 0 diberikan apabila pelaku ekonomi kreatif tidak melakukan ekspor dan skala 1 diberikan apabila pelaku ekonomi kreatif melakukan ekspor produk dan jasa yang mereka hasilkan. Variabel menjelaskan keputusan ekspor.

HASIL

Tabel menjelaskan deskripsi data baseline yang digunakan dalam penelitian ini. Seluruh variabel menggunakan sampel sebanyak 5.992 unit usaha ekonomi kreatif. Pendapatan unit usaha ekonomi kreatif memiliki nilai rata-rata 18,995 dengan nilai minimal 0 dan

minimum 0 (tidak memiliki HKI) dan maksimum 1 (memiliki HKI).

Berdasarkan gambar, dari angka 1 dapat dilihat bahwa unit usaha ekonomi kreatif secara keseluruhan yang tidak memiliki HKI berjumlah 5.330 atau setara dengan 88,95%. Unit usaha yang memiliki HKI berjumlah 662 atau setara dengan 11,05%. Angka 2 menjelaskan data subsektor unggulan ekonomi kreatif. Dari 1.957 pelaku ekonomi kreatif subsektor unggulan, hanya 259 atau 13,23% yang memiliki HKI. Angka 3 menjelaskan data dari subsektor prioritas ekonomi kreatif. Dari 1.042 pelaku ekonomi kreatif subsektor prioritas, hanya 102 atau setara dengan 9,79% yang memiliki HKI. Angka 4 merupakan data dari subsektor non prioritas dan unggulan. Dari 2.993 pelaku ekonomi kreatif subsektor non unggulan dan prioritas, hanya 301 atau 10,06% yang memiliki HKI.

Angka 5 merupakan data dari unit usaha ekonomi kreatif skala besar dan menengah. Jumlah unit usaha ekonomi kreatif dengan

Tabel. Status Kepemilikan HKI

	1	2	3	4	5	6
<i>Tidak Memiliki HKI</i>	5.330 (88,95)	1.698 (86,77)	940 (90,21)	2.692 (89,94)	422 (70,69)	4.908 (90,97)
<i>Memiliki HKI</i>	662 (11,05)	259 (13,23)	102 (9,79)	301 (10,06)	175 (29,31)	487 (9,03)
<i>Total</i>	5.992 (100)	1.957 (100)	1.042 (100)	2.993 (100)	597 (100)	5.395 (100)

Angka yang berada di dalam kurung berbentuk persentase.

Angka 1 adalah total sampel. Angka 2 merupakan status HKI subsektor unggulan (kuliner, fesyen, dan kriya). Angka 3 merupakan status HKI subsektor prioritas (aplikasi, musik, dan film). Angka 4 merupakan status HKI non subsektor unggulan dan prioritas (arsitektur, desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, fotografi, penerbitan, periklanan, televisi dan radio, seni pertunjukan, dan seni rupa). Angka 5 merupakan status HKI ukuran usaha besar dan menengah. Angka 6 merupakan status HKI ukuran usaha kecil dan mikro.

maksimal 35,23. Variabel kepemilikan HKI mempunyai nilai rata-rata,11 dengan nilai

kepemilikan HKI pada skala ini cukup besar, yaitu 175 atau setara dengan 29,31%. Angka 6

merupakan data dari unit usaha ekonomi kreatif skala mikro dan kecil. Jumlah unit usaha ekonomi kreatif dengan kepemilikan HKI berjumlah 4,87 atau setara dengan 9,03%. Secara deskriptif, status kepemilikan HKI unit usaha ekonomi kreatif sangat rendah. Pengelompokan data deskriptif tersebut bertujuan untuk mengetahui subsektor dan ukuran usaha apa yang harus dijadikan perhatian pemerintah dalam memberikan fasilitasi pendaftaran HKI. Oleh sebab itu, perlu dilakukan analisis dari dampak kepemilikan HKI bagi tiap subsektor dan ukuran usaha agar kebijakan fasilitasi HKI tepat sasaran.

Rendahnya kepemilikan HKI oleh unit usaha ekonomi kreatif disebabkan oleh permasalahan dalam pendaftaran HKI. Sinaga (2014) melakukan studi terhadap penggunaan HKI di industri batik. Terdapat faktor-faktor penyebab rendahnya kepemilikan HKI, antara lain adalah persyaratan dari jenis HKI yang tidak dapat

dipenuhi oleh pendaftar dan lemahnya penegakan hukum bagi pelanggar HKI. Selain kedua faktor tersebut, mahalnya biaya yang harus dikeluarkan juga menjadi pertimbangan. Biaya pendaftaran yang harus dikeluarkan berkisar dari Rp. 500.000,00 sampai Rp. 2.000.000,00 untuk satu item karya. Selain itu terdapat pengeluaran tambahan jika pemohon menggunakan jasa konsultan HKI yang berkisar antara Rp. 4.000.000,00 sampai Rp. 10.000.000,00. Dalam studi Isu Perdagangan Dunia yang dilakukan oleh Pusat Studi Perdagangan Dunia Universitas Gadjah Mada (2011), dijelaskan bahwa rendahnya sosialisasi HKI menyebabkan masyarakat enggan untuk mendaftarkan HKI. Selain berbiaya mahal, proses yang dibutuhkan untuk mendapatkan sertifikat juga relatif lama.

Analisis Ordinary Least Square (OLS)

Bagian ini akan menunjukkan hasil analisis dari metode OLS. Data yang digunakan adalah data OLS-Cross Section di mana data

Regresi

Tabel. Regresi Kepemilikan HKI dan Pendapatan

<i>Pendapatan Unit Usaha Ekonomi Kreatif</i>						
<i>Variabel Dependen: LnPendapatan Pelaku Ekonomi Kreatif</i>						
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
<i>HKI</i>	0.703*** (0.155)	0.745*** (0.192)	0.03 (0.505)	0.81*** (0.240)	0.185 (0.464)	0.344** (0.148)
<i>Observasi</i>	5.992	1.957	1.042	2.993	597	5.395
<i>R²</i>	0.09	0.083	0.072	0.086	0.099	0.119

*p<0.1; **p<0.05; ***p<0.01

Angka di dalam kurung merupakan standar error

Spesifikasi (1) sampai (6) menggunakan variabel independen yang sama, yaitu; kepemilikan HKI, jumlah tenaga kerja, aktivitas inovasi, status pinjaman perbankan, aktivitas riset dan pengembangan, penggunaan internet, status pendidikan dasar, status pendidikan tinggi, dan subsektor.

Spesifikasi (1) adalah total sampel. Spesifikasi (2) merupakan status kepemilikan HKI subsektor unggulan (kuliner, fesyen, dan kriya). Spesifikasi (3) merupakan status kepemilikan HKI subsektor prioritas (aplikasi, musik, dan film). Spesifikasi (4) merupakan status kepemilikan HKI non subsektor unggulan dan prioritas (arsitektur, desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, fotografi, penerbitan, periklanan, televisi dan radio, seni pertunjukan, dan seni rupa). Spesifikasi (5) merupakan status kepemilikan HKI ukuran usaha besar dan menengah. Spesifikasi (6) merupakan status kepemilikan HKI ukuran usaha kecil dan mikro.

Sumber: BPS, data diolah

yang diambil berada pada tahun yang sama sedangkan memiliki unit analisis yang berbeda. Setelah melakukan identifikasi dan deskripsi dari tiap variabel, maka dilakukan regresi. Penelitian ini menggunakan regresi berganda (multiple regression) dengan robust.

Spesifikasi (1) Menunjukkan dampak kepemilikan HKI terhadap pendapatan seluruh subsektor ekonomi kreatif. Dapat dilihat bahwa kepemilikan HKI berpengaruh positif secara signifikan terhadap pendapatan ekonomi kreatif secara keseluruhan. Unit usaha ekonomi kreatif yang memiliki HKI akan menyebabkan peningkatan pendapatan pelaku ekonomi kreatif sebesar 70,3% dibandingkan unit usaha yang tidak memiliki HKI.

Spesifikasi (2) Menunjukkan dampak

signifikan terhadap pendapatan ekonomi kreatif. Unit usaha ekonomi kreatif yang memiliki HKI akan menyebabkan peningkatan pendapatan pelaku ekonomi kreatif sebesar 74,5%.

Spesifikasi (3) Menunjukkan dampak kepemilikan HKI terhadap subsektor prioritas ekonomi kreatif yang terdiri dari aplikasi dan games, musik, dan film. Pada subsektor prioritas, kepemilikan HKI berpengaruh positif dengan tidak signifikan terhadap pendapatan.

Spesifikasi (4) Menunjukkan dampak kepemilikan HKI terhadap subsektor non unggulan dan prioritas ekonomi kreatif yang terdiri dari arsitektur, desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, fotografi, penerbitan, periklanan, televisi dan radio, seni pertunjukan, dan seni rupa. Pada subsektor

Tabel. Regresi Kepemilikan HKI dan Ekspor

<i>Ekspor Unit Usaha Ekonomi Kreatif</i>						
<i>Variabel Dependen: Keputusan Melakukan Ekspor (1 : Ya ; 0 : Tidak)</i>						
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
<i>HKI</i>	0.028** (0.013)	0.003 (0.02)	0.04 (0.038)	0.046** (0.02)	0.000 (0.29)	0.039** (0.015)
<i>Observasi</i>	5.992	1.957	1.042	2.993	597	5.395
R²	0.11	0.161	0.11	0.099	0.262	0.087

*p<0.1; **p<0.05; ***p<0.01

Angka di dalam kurung merupakan standar error

Spesifikasi (1) sampai (6) menggunakan variabel independen yang sama, yaitu; kepemilikan HKI, jumlah tenaga kerja, aktivitas inovasi, status pinjaman perbankan, aktivitas riset dan pengembangan, penggunaan internet, status pendidikan dasar, status pendidikan tinggi, dan subsektor.

Spesifikasi (1) adalah total sampel. Spesifikasi (2) merupakan status kepemilikan HKI subsektor unggulan (kuliner, fesyen, dan kriya). Spesifikasi (3) merupakan status kepemilikan HKI subsektor prioritas (aplikasi, musik, dan film). Spesifikasi (4) merupakan status kepemilikan HKI non subsektor unggulan dan prioritas (arsitektur, desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, fotografi, penerbitan, periklanan, televisi dan radio, seni pertunjukan, dan seni rupa). Spesifikasi (5) merupakan status kepemilikan HKI ukuran usaha besar dan menengah. Spesifikasi (6) merupakan status kepemilikan HKI ukuran usaha kecil dan mikro.

Sumber: BPS, data diolah

kepemilikan HKI terhadap subsektor unggulan ekonomi kreatif yang terdiri dari fesyen, kriya, dan kuliner. Pada subsektor unggulan, kepemilikan HKI berpengaruh positif secara

ini, kepemilikan HKI berpengaruh positif dengan signifikan. Unit usaha ekonomi kreatif yang memiliki HKI akan menyebabkan

peningkatan pendapatan pelaku ekonomi kreatif sebesar 81%.

Spesifikasi (5) Menunjukkan dampak kepemilikan HKI terhadap ukuran usaha ekonomi kreatif besar dan menengah. Kepemilikan HKI berpengaruh positif dengan tidak signifikan.

Spesifikasi (6) Menunjukkan dampak kepemilikan HKI terhadap ukuran usaha mikro dan kecil. Kepemilikan HKI berpengaruh positif dengan signifikan. Pada ukuran usaha mikro dan kecil, unit usaha ekonomi kreatif yang memiliki HKI akan menyebabkan peningkatan pendapatan sebesar 34,4%.

Berdasarkan hasil estimasi di atas, dapat dilihat bahwa subsektor yang paling sensitif terhadap kepemilikan HKI adalah subsektor non unggulan dan prioritas. Berdasarkan ukuran unit usaha, pelaku ekonomi kreatif skala mikro dan kecil lebih sensitif dibandingkan pelaku ekonomi kreatif skala besar dan menengah subsektor non unggulan dan prioritas. Berdasarkan ukuran unit usaha, pelaku ekonomi kreatif skala mikro dan kecil lebih sensitif dibandingkan pelaku ekonomi kreatif skala besar dan menengah.

Analisis Hubungan Antar Variabel

Variabel Kepemilikan HKI dan Pendapatan

Dari enam spesifikasi dapat dilihat bahwa terdapat beberapa hasil yang signifikan dan tidak signifikan. HKI berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan pada total sampel, subsektor unggulan, subsektor non unggulan dan prioritas, dan ukuran usaha mikro dan kecil. Penulis melihat bahwa terdapat beberapa kondisi alamiah yang berbeda oleh tiap spesifikasi. Walaupun pada total sampel, secara keseluruhan HKI

berdampak pada seluruh subsektor ekonomi kreatif.

Terdapat perbedaan kondisi alamiah antara subsektor prioritas (film, musik, dan aplikasi) dengan subsektor lainnya. Sebagian besar keluaran dari subsektor ini adalah karya cipta yang mendapat perlindungan HKI jenis hak cipta. Subsektor ini memiliki perputaran inovasi yang sangat cepat, karena sedikit perubahan dalam karya akan menghasilkan sebuah karya yang baru. Contohnya dalam penciptaan musik dan pembuatan film. Jika terdapat penambahan atau perubahan sedikit lirik lagu dan skenario, maka akan menghasilkan sesuatu yang berbeda dari karya sebelumnya.

Selain itu, jenis HKI hak cipta juga muncul bukan karena pendaftaran. Jenis HKI hak cipta timbul karena publikasi karya yang dilakukan oleh penciptanya. Sehingga, faktor pendaftaran HKI tidak signifikan pengaruhnya terhadap perlindungan karya dan pendapatan pelaku ekonomi kreatif subsektor prioritas. Pada jenis HKI hak cipta, yang perlu dilakukan oleh pelaku ekonomi kreatif adalah komersialisasi karya cipta dalam bentuk lisensi dan pemungutan royalti. Sehingga semakin banyak subsektor ini melakukan komersialisasi dan rajin dalam memungut royalti, maka semakin besar pula pendapatan yang mereka miliki.

Dalam kata lain, subsektor prioritas memiliki pendapatan tidak hanya dari penjualan produk atau jasa ekonomi kreatif secara langsung kepada konsumen. Subsektor ini juga memiliki pendapatan yang besar dari komersialisasi seperti pendapatan lisensi dari penayangan sebuah film di televisi, pembayaran royalti pemutaran lagu di tempat

karaoke, hingga lisensi adaptasi sebuah aplikasi dan konten digital. Selain itu, pelaku ekonomi kreatif subsektor ini juga bisa mendapatkan keuntungan dari hasil monetisasi karya mereka melalui kanal Youtube, Spotify, Joox, dll. Untuk melakukan monetisasi melalui kanal-kanal tersebut, tidak diperlukan adanya sertifikat HKI.

Besarnya pendapatan yang dimiliki oleh subsektor prioritas bukan disebabkan dari pendaftaran HKI, tetapi lebih kepada publikasi yang mereka lakukan sesuai dengan prinsip perlindungan hak cipta (deklaratif). Selama pencipta mampu membuktikan bahwa mereka lah yang melakukan publikasi pertama kali, maka mereka adalah pemegang haknya tanpa harus melakukan pendaftaran HKI. Tetapi publikasi tersebut dapat dicatatkan ke Kementerian Hukum dan HAM, walaupun pencatatan tersebut bukan sebagai dasar kepemilikan hak. Oleh sebab itu masih ada 9,79% pelaku subsektor prioritas yang mendaftarkan HKI jenis lainnya ataupun melakukan pencatatan hak cipta.

Perbedaan dari subsektor prioritas tersebut cukup signifikan jika dibandingkan dengan subsektor lainnya yang sebagian besar mendapatkan keuntungan dari penjualan produk dan jasa secara langsung. Jika dibandingkan dengan subsektor unggulan (kuliner, fesyen, dan kriya) yang menghasilkan produk untuk dijual kepada konsumen secara langsung. Subsektor ini sangat sensitif terhadap perlindungan HKI, karena pelanggaran terhadap HKI akan menyebabkan turunnya pendapatan yang mereka miliki secara signifikan. Sebagai contoh, jika ada sebuah perusahaan yang menggunakan merek "AQUA" tanpa seizin

dari pemegang merek resmi dan perusahaan tersebut melakukan produksi 1.000 galon per hari, maka pemegang merek resmi akan kehilangan pendapatan dari penjualan sebanyak 1.000 galon per hari. Tanpa adanya sertifikat HKI jenis merek, pemegang merek resmi tidak dapat melakukan apapun atas pelanggaran HKI yang dilakukan oleh perusahaan pendompleng. Secara hukum, pemegang merek resmi hanya dapat membuat laporan kepada penegak hukum jika mereka memiliki sertifikat HKI, karena pelanggaran HKI merupakan delik aduan.

Begitu juga dengan subsektor non prioritas dan unggulan (arsitektur, desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, fotografi, penerbitan, periklanan, televisi dan radio, seni pertunjukan, dan seni rupa) yang sebagian besar mendapatkan keuntungan dari penjualan produk dan jasa. Subsektor ini memiliki keterikatan dengan HKI yang relatif kuat. Sebagian besar dari subsektor ini dapat dilindungi oleh HKI jenis merek dan desain industri, walaupun beberapa juga dapat dilindungi oleh hak cipta. Jenis HKI merek dan desain industri muncul karena adanya pendaftaran, berbeda dengan jenis hak cipta. Sehingga pelaku ekonomi kreatif yang melakukan pendaftaran merek dan desain industri, merupakan pemegang hak yang sah untuk mendapatkan keuntungan dari sebuah produk atau jasa. Subsektor ini akan kehilangan pendapatan jika produk dan jasa mereka didompleng oleh pihak lain karena pemilik usaha yang sah tidak melakukan pendaftaran HKI. Contohnya, jika sebuah perusahaan jasa desain interior menghasilkan sebuah desain kursi yang unik yang bernilai ekonomi tinggi dan tidak mendaftarkan HKI

jenis desain industri, kemudian desain kursi tersebut dijiplak oleh pihak lain. Maka perusahaan jasa desain interior tersebut akan kehilangan profit yang akan didapatkan dari penjualan kursi tersebut.

Berbeda jika perusahaan desain interior tersebut mendaftarkan HKI jenis desain industri. Mereka dapat melaporkan penjiplakan yang dilakukan oleh pihak lain dan dapat menghentikan produksi yang dilakukan oleh pihak lain tersebut. Dapat disimpulkan kepemilikan HKI pada subsektor ini mempengaruhi pendapatan dengan signifikan. Penulis melihat bahwa faktor-faktor di atas yang menyebabkan koefisien dari seluruh subsektor, subsektor unggulan, dan subsektor non unggulan menjadi sangat tinggi melebihi 0.7.

Variabel Kepemilikan HKI dan Ekspor

Dari enam spesifikasi dapat dilihat bahwa terdapat beberapa hasil yang signifikan dan tidak signifikan. HKI berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan ekspor pada total sampel, subsektor non unggulan dan prioritas, dan ukuran usaha mikro dan kecil. Penulis melihat bahwa terdapat beberapa kondisi alamiah yang berbeda oleh tiap spesifikasi. Walaupun pada total sampel, secara keseluruhan HKI berdampak pada seluruh subsektor ekonomi kreatif.

Kepemilikan HKI pada seluruh subsektor ekonomi kreatif mempermudah pelaku ekonomi kreatif untuk mendapatkan investasi, baik dari dalam negeri ataupun di luar negeri. Investor bagaimanapun akan memperhatikan kepastian hukum yang dimiliki oleh pelaku ekonomi kreatif, salah satunya kepemilikan HKI. Pelaku ekonomi kreatif yang tidak memiliki HKI tidak akan

dapat menjalankan usahanya dalam jangka panjang, semakin besar usahanya maka semakin rentan pula terjadinya pelanggaran HKI. Hal tersebut yang menjadi perhatian investor dan membuat mereka memperhatikan aspek HKI.

Investasi yang diberikan membuat pelaku ekonomi kreatif dapat memperluas jaringan usahanya, termasuk keputusan untuk melakukan ekspor. Saat melakukan ekspor, beberapa negara tujuan akan menanyakan status HKI di negara asal, dan meminta eksportir juga mendaftarkan HKI di negara tujuan ekspor. Hal tersebut disebabkan karena perlindungan HKI yang bersifat teritorial (kecuali hak cipta). Oleh karena itu kepemilikan HKI menjadi penting dan memiliki hasil positif bagi seluruh subsektor ekonomi kreatif.

Dampak kepemilikan HKI tidak signifikan di subsektor unggulan dan subsektor prioritas (kuliner, fesyen, kriya, aplikasi, film, dan musik). Penulis melihat hal tersebut disebabkan karena pada subsektor unggulan, Indonesia sebagian besar melakukan ekspor terhadap produk-produk yang belum memiliki HKI, sehingga kepemilikan HKI tidak mempengaruhi secara signifikan keputusan ekspor pelaku ekonomi kreatif. Dalam artian, produk yang diekspor belum memiliki merek dan masih berupa barang mentah. Merek tersebut baru diberikan ketika komoditas tersebut telah tiba di negara tujuan ekspor. Contohnya adalah dalam kasus ekspor kopi arabika yang diekspor ke Amerika Serikat lalu kemudian diberi merek "STARBUCKS". Dalam proses ekspor kopi arabika, produk dikirim masih dalam kondisi mentah dan bernilai jual rendah.

Keputusan ekspor yang dilakukan oleh pelaku HKI subsektor prioritas, tidak dipengaruhi oleh kepemilikan HKI secara signifikan. Saat ini proses ekspor untuk subsektor prioritas sudah sangat mudah. Kanal digital saat ini seperti Youtube, Spotify, Joox, dll membuat definisi ekspor dari subsektor ini menjadi sedikit bergeser. Kanal-kanal tersebut tidak membutuhkan adanya sertifikat HKI oleh pemilik karya.

Jenis HKI yang dapat melindungi subsektor prioritas adalah hak cipta. Dalam mengambil keputusan ekspor, yang perlu dipertimbangkan oleh pemilik karya adalah apakah mereka sudah melakukan publikasi/deklarasi terhadap karya yang telah mereka hasilkan. Bahkan dalam beberapa jenis karya, publikasi dapat dilakukan bersamaan dengan ekspor. Sehingga kepemilikan HKI atas karya mereka, bukan menjadi pertimbangan utama yang mempengaruhi pelaku ekonomi kreatif subsektor prioritas untuk melakukan ekspor.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI KEBIJAKAN

Berdasarkan analisis deskriptif, tingkat kepemilikan HKI pelaku ekonomi kreatif masih sangat rendah. Hanya 11.05% dari pelaku ekonomi kreatif yang mendapatkan perlindungan HKI. Rendahnya kepemilikan HKI membuktikan bahwa pendaftaran HKI merupakan sebuah kesulitan yang dihadapi oleh pelaku ekonomi kreatif. Mahalnya biaya dan sulitnya akses untuk mendaftarkan HKI menjadi permasalahan yang harus dihadapi. Berdasarkan hasil analisis OLS, kepemilikan HKI memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan pelaku ekonomi kreatif secara keseluruhan. Terhadap pendapatan,

unit usaha ekonomi kreatif yang memiliki HKI kemungkinan akan memiliki pendapatan lebih besar di subsektor non unggulan dan prioritas. Kepemilikan HKI juga mungkin akan menyebabkan pendapatan yang lebih besar pada unit usaha ukuran kecil dan mikro.

Kepemilikan HKI juga berpengaruh pada keputusan untuk melakukan ekspor unit usaha ekonomi kreatif. Unit usaha ekonomi kreatif yang memiliki HKI memiliki peluang yang lebih besar untuk memutuskan melakukan ekspor di subsektor non unggulan dan prioritas. Kepemilikan HKI juga memungkinkan menyebabkan pelaku ekonomi kreatif memutuskan untuk melakukan ekspor pada usaha ukuran mikro dan kecil. Temuan penelitian ini sejalan dengan Bollen et.al (2005) juga berpendapat bahwa terdapat hubungan yang positif antara HKI dan kinerja perusahaan. Hubungan positif tersebut dapat disebabkan kompetensi manajerial pelaku ekonomi kreatif yang dapat mengubah modal intelektual dan aset pengetahuan mereka menjadi kinerja finansial.

Hasil penelitian ini perlu dipahami dengan hati-hati mengingat penggunaan data cross section dalam satu tahun. Sebagian besar sampel merupakan unit usaha ukuran mikro dan kecil sehingga mungkin terdapat bias dalam menganalisis ukuran usaha mikro dan kecil. Meskipun kepemilikan HKI ukuran usaha mikro dan kecil signifikan terhadap pendapatan dan keputusan melakukan ekspor, bukan berarti dalam usaha ukuran besar dan menengah tidak berpengaruh. Masih terdapat hubungan positif antara kepemilikan HKI dengan pendapatan dan keputusan ekspor pelaku ekonomi kreatif. Modal intelektual dalam beberapa studi,

memiliki dampak jangka panjang (long-run effect) bagi kinerja perusahaan (Cardi *et.al*, 2019). Efek jangka panjang tersebut yang belum dapat dilihat dalam penelitian ini.

Penelitian ini mengalami permasalahan endogenitas yang tidak dapat diselesaikan dengan menggunakan OLS. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini berkorelasi terhadap error di dalam model. Pelanggaran asumsi ini karena adanya simultanitas antara variabel independen dan dependen yang menyebabkan estimasi koefisien menjadi bias.

Perlindungan HKI merupakan sesuatu yang didapatkan dengan mengeluarkan biaya. Oleh sebab itu diperlukan adanya insentif yang dikeluarkan oleh pemerintah dalam membantu pelaku ekonomi kreatif mendapatkan perlindungan HKI. Adapun insentif yang dapat diberikan pemerintah adalah meningkatkan jumlah fasilitasi pendaftaran HKI bagi pelaku ekonomi kreatif, sehingga kinerja sektor ekonomi kreatif akan terus bertumbuh.

Berdasarkan temuan dalam penelitian ini, jika pemerintah ingin meningkatkan pendapatan pelaku ekonomi kreatif dan mendorong ekspor produk dan jasa ekonomi kreatif, maka sasaran utama dari kebijakan fasilitasi pendaftaran HKI adalah pelaku ekonomi kreatif yang bergerak di subsektor non unggulan dan prioritas. Untuk meningkatkan pendapatan dan mendorong ekspor, kebijakan fasilitasi pendaftaran HKI juga sebaiknya menyasar usaha mikro dan kecil. Ukuran usaha mikro dan kecil memiliki sensitivitas kepemilikan HKI yang lebih baik jika dibandingkan dengan usaha besar dan menengah.

Berdasarkan penetapan subsektor unggulan dan subsektor prioritas oleh Bappenas sebagai fokus utama kebijakan fasilitasi pendaftaran HKI, mungkin diperlukan adanya evaluasi atas kebijakan tersebut. Jika melihat hasil dari penelitian ini, subsektor non unggulan dan prioritas yang memiliki sensitivitas lebih tinggi dari segi pendapatan dan keputusan ekspor pelaku ekonomi kreatif. Penulis melihat belum adanya bukti kuat bahwa kepemilikan HKI berpengaruh lebih besar terhadap subsektor unggulan dan subsektor prioritas. Mungkin saja terdapat faktor-faktor lainnya, di luar kepemilikan HKI, yang dapat meningkatkan pendapatan dan mendorong ekspor yang lebih kuat pada subsektor ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Agostini, Filippini, dan Anna Nosella. (2014). Protecting intellectual property to enhance firm performance: does it work for SMEs?, *14*; 1-10
- Ayyagari, Meghana, Alis Demirgüç-Kunt, and Vojislav Maksimovic. (2010). Formal versus Informal Finance: Evidence from China. *Review of Financial Studies*, *23*, 48–97
- Bollen, Laury dkk. (2005). Linking Intellectual Capital and Intellectual Property to Company Performance. *Management Decision*, *43*, 1161-1185
- Brem, Nylund, dan Emma Hitchen. (2017). Open innovation and intellectual property rights: How do SMEs benefit from patents, industrial designs, trademarks and copyrights?, *6*: 1285-1306
- Brenner, M.S. and B.M. Rushton. (1989). Sales Growth and R&D in the Chemical Industry. *Research-Technology Management*, *32*, 8- 15
- Burke, Andrew dan Stuart Fraser. (2012). Self-employment: the role of intellectual property right laws. *Small Business Economics*, *4*: 819-833
- Cardi, Cristiana; Mazzoli, Camilla; Severini, Sabrina. (2019). People have the power: post IPO effects of intellectual capital disclosure. *Journal of Economics and Finance*; *43*
- Certo, S. T. (2003). Influencing initial public offering investors with prestige: signaling with board

- structures. *The Academy of Management Journal*, 28, 432-446
- Chandra, Rajshree. (2009). Intellectual Property Rights: Excluding Other Rights of Other People. *Economic and Political Weekly*, 31: 86-93
- Drennan, Judy dan Janet R. McColl-Kennedy. (2003). The relationship between Internet use and perceived performance in retail and professional service firms. *Journal of Services Marketing*, 17, 295-311
- Fisk, Catherine. (2011). The Role of Private Intellectual Property Rights in Markets for Labor and Ideas: Screen Credit and the Writers Guild of America, 1938-2000. *Berkeley Journal of Employment and Labor Law*, 2: 215-278
- Grimes, Arthur dkk. (2012). The need for speed: impacts of internet connectivity on firm productivity. *J Prod Anal*, 37, 187-201
- Isik, Unal, dan Yener Unal. (2017). The Effect Of Firm Size on Profitability: Evidence From Turkish Manufacturing Sector. *Journal of Business Economics and Finance*, 6: 301-308
- Lee, Jim. (2009). Does Size Matter in Firm Performance? *Evidence from US Public Firms*, 2: 189-203
- Liao, Tung-Shan dan John Rice. (2010). Innovation investments, market engagement and financial performance: A study among Australian manufacturing SMEs. *Research Policy*, 39, 117-125
- Maskus, Keith dan Lei Yang. (2009). Intellectual property rights, technology transfer and exports in developing countries. *Journal of Development Economics*, 90: 231-236
- Mate, Domician, dkk. (2016). The Impacts of Trademarks and Patents on Labour Productivity in the Knowledge-Intensive Business Service Sectors. *Amfiteatru Economic*, 18: 104-119
- Mondal, Debasis dan Manash Ranjan Gupta. (2007). Intellectual property rights protection and unemployment in a North South model: A theoretical analysis. *Economic Modelling*, 25: 463-484
- Morbey, G. K. (1989). R&D Expenditures and Profit Growth. *Research-Technology Management*, 32, 20-23
- Moslehi, A., Mohaghar, A., Tamizi, A., & Bayati, S. (2006). Intellectual Capital and Export Development, an examination in four service Industries. (2006). IEEE International Conference on Management of Innovation and Technology.
- Oliveira, Juliana Albuquerque S. dkk. (2018). Innovation and financial performance of companies doing business in Brazil. *International Journal of Innovation Studies*, 2, 153-164
- Peraturan Pemerintah Nomor 45 Tahun 2016 Tentang Jenis dan Tarif Atas Jenis Penerimaan Negara Bukan Pajak yang Berlaku Pada Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia
- Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015 Tentang Badan Ekonomi Kreatif
- Peraturan Presiden Tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif (Rindekraf) Nasional Tahun 2018-2025
- Rajagopalan, N. dan Datta, D. K. (1996). CEO characteristics: Does industry matter? *The Academy of Management Journal*, 39, 197-215
- Rho, Sungho dan Sehwan Oh. (2017). A Study on Innovation Activities of Export Firms and their Use of Intellectual Property Rights. *International Information Institute*, 10: 7789-7600
- Robinson, Joan. (1953). The Production Function and The Theory of Capital. *The Review of Economic Studies*, 21, 81-106
- Saidu, Sani. (2019). CEO characteristics and firm performance: focus on origin, education and ownership. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9, 1-15
- Salim, Ruhul, dkk. (2014). Do the Intellectual Property Rights of Importers Matter for Promoting Australian Exports?. *The Australian Economic Review*, 3: 279-289
- Samsudin, Dadan. (2016). Hak Kekayaan Intelektual Dan Manfaatnya Bagi Lembaga Litbang. Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia
- Smith, Michele dan Frederick Hansen. (2002). Managing Intellectual Property: A Strategic Point of View. *Journal of Intellectual Capital*, 3, 366-374
- Stewart, Thomas A. (1999). *Intellectual Capital: The New Wealth of Organizations*. New York: Doubleday
- Undang-undang Nomor 13 Tahun 2016 Tentang Paten
- Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis
- Undang-undang Nomor 24 Tahun 2019 Tentang Ekonomi Kreatif
- Undang-undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta
- Undang-undang Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang
- Undang-undang Nomor 31 Tahun 2000 Tentang Desain Industri

- Undang-undang Nomor 32 Tahun 2000 Tentang Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu
- Vilcu, Alina-Daniela dan Gabriel-Eduard Vilcu. (2019). On Quasi-Homogeneous Production Functions. *Symetry*, 11, 976
- Wagner, Joachim. (1995). Exports, firm size, and firm dynamics. *Small Business Economics*, 7, 29-39
- Zerenler, M. and Gozlu, S. (2008). Impact of intellectual capital on exportation performance: research on the Turkish automotive supplier industry. *Journal of Transnational Management*, 13, 318-41.