

Hukum Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual pada *E-Commerce* di Era Digital

Yohana Feby¹, Febryanti Angkat², Noubel Putra Nainggolan³, Bonaraja Purba⁴

^{1,2,3,4}Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan

E-mail: yohanafeby.7223240025@mhs.unimed.ac.id¹, febryanti.angkat13@gmail.com²,
noubelnainggolan@gmail.com³, bonarajapurba@gmail.com⁴

Article History:

Received: 13 Juni 2025

Revised: 01 September 2025

Accepted: 17 September 2025

Keywords: HKI, E-Commerce, UMKM, Perlindungan, Hukum

Abstract: Penelitian ini untuk menganalisis efektivitas penegakan kerangka hukum perlindungan HKI dalam konteks E-Commerce di Indonesia dan menilai isu dan prospek terkini. Metode penelitian yang digunakan adalah telaah pustaka berupa artikel ilmiah, peraturan perundang-undangan nasional, dan analisis dokumen terkait melalui metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun pengaturan perlindungan HKI sudah relatif memadai, namun penagakannya masih terkendala oleh biaya yang terlalu tinggi dan rendahnya kesadaran pelaku usaha khususnya UMKM sehingga perlindungan hukum belum optimal.

PENDAHULUAN

Menurut Hasibuan 2008, seiring perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi telah terjadi perubahan zaman yang dikenal dengan zaman digital. Dimana setiap orang dari masyarakat luas yang terhubung dengan internet dapat menikmati hasil karya/kreasi dalam bentuk digital. Konsep digitalisasi saat ini telah mengubah pola/gaya hidup masyarakat dalam berkarya. Ada yang mulai memproduksi hasil karya/kreasi pada media elektronik (yang sebelumnya diproduksi secara fisik) dan ada pula yang lebih mudah menerima hasil karya/kreasi pada media elektronik (yang sebelumnya hanya dapat dilihat bentuk fisiknya). Salah satu hak atas kekayaan intelektual adalah hak cipta. Hak cipta merupakan hak yang bersifat menyeluruh bagi pemilik hak moral dan hak ekonomi atas suatu hasil karya ciptaannya. Hak cipta memberikan kekuasaan yang sangat besar kepada penciptanya (Manurung, 2022).

Hak kekayaan intelektual terbukti menjadi salah satu masalah hukum yang paling sulit. Perkembangan zaman perlu dicermati dan hukum yang dinamis seharusnya menjadi alasan mengapa hukum HKI juga semakin berkembang. Terlebih lagi, di dunia modern saat ini, era digitalisasi telah mendorong semua transformasi masyarakat dalam setiap cara hidup. Hal ini tidak berbeda dalam kasus perlindungan hak cipta yang merupakan bagian dari HKI. Kita sering melihat berbagai macam kegiatan modernisasi yang tumpang tindih dengan perlindungan hak cipta, hak merek, dan hak paten.

Kekayaan intelektual dilindungi secara hukum dengan sebutan Hak Atas Kekayaan Intelektual (HKI). Hak atas kekayaan intelektual dalam Undang-Undang yang disahkan DPR pada tanggal 21 Maret 1997 merupakan hak hukum atas masalah-masalah hasil penemuan dan kreativitas seseorang atau beberapa orang yang menyangkut perlindungan masalah reputasi di bidang perdagangan dan tindakan atau jasa di bidang perdagangan. Di Indonesia, perlindungan HKI telah diatur dalam beberapa undang-undang seperti Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014

tentang Hak Cipta, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, serta Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2016 tentang Hak Paten.

Di Indonesia, banyak terdapat kasus pelanggaran Hak Kekayaan Intelektual yang sering terjadi seperti kasus hak cipta pada buku karangan Tere Liye. Keberadaan buku bajakan tidak hanya menjadi ancaman bagi penulis perorangan seperti Tere Liye tetapi juga berdampak signifikan terhadap penerbit besar seperti Prenada Media Group. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh IKAPI pada tahun 2023 sebanyak 54,2% penerbit menemukan buku terbitan mereka didistribusikan secara ilegal di pasar internet. Selain itu, 25% penerbit mengidentifikasi pelanggaran hak cipta melalui berbagi PDF secara ilegal dan 20,8% penerbit mengidentifikasi penjualan buku elektronik bajakan di pasar internet. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggaran HAKI di ruang internet bukanlah fenomena yang berdiri sendiri, tetapi telah menjadi ancaman sistemik yang memerlukan perhatian segera dari berbagai pemangku kepentingan termasuk regulator, pelaku bisnis, dan masyarakat pada umumnya.

Shopee merupakan *E-Commerce* dengan rating tertinggi di Indonesia, salah satu aplikasi perdagangan media sosial berbasis marketplace dan menggunakan model bisnis customer-to-customer yaitu pengguna dapat berperan sebagai pembeli atau penjual. Berbagai produk menarik yang ditawarkan di Shopee salah satunya adalah skincare. Skincare merupakan kosmetik perawatan kulit yang berfungsi untuk memperbaiki kondisi kulit, melindungi kulit dari bahaya sinar ultraviolet, memperbaiki penampilan, dan melawan tanda-tanda penuaan (Tranggono & Latifah, 2007). Namun di dunia nyata banyak sekali produk skincare palsu yang dijual melalui channel seperti Shopee, bahkan produk skincare palsu tersebut tidak memiliki izin edar dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) atau dapat dikategorikan sebagai skincare ilegal. Yang umumnya menjadi daya tarik bagi konsumen adalah harganya yang lebih murah dibandingkan dengan produk skincare asli. Hal ini dapat membuat konsumen penasaran dan tergoda untuk membelinya.

Apabila produk skincare palsu tersebut mengandung bahan-bahan yang berbahaya bagi penggunaannya hal tersebut dapat menimbulkan efek samping yang dapat membahayakan kesehatan konsumen. Sebagaimana yang diamanatkan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 (UUPK), konsumen mempunyai hak-hak tertentu sebagaimana yang diatur dalam Pasal 4, seperti hak atas rasa nyaman dan aman dalam menggunakan barang dan/atau jasa. Hubungan antara konsumen dan pelaku usaha yang senantiasa berubah menuntut adanya pengaturan yang lebih jelas mengenai tanggung jawab, hak, dan kewajiban para pihak yang terkait (Redjeki, 2000). Namun pada kenyataan yang ada adalah bahwa pelaku usaha tidak serta merta wajib memenuhi tanggung jawab, hak, dan kewajiban yang tercantum dalam UUPK. Hal ini menuntut adanya pengaturan dan penegakan hukum yang lebih ketat untuk memastikan bahwa konsumen terlindungi secara memadai dan produk yang beredar di pasaran aman serta sesuai dengan standar yang berlaku (Putri Hasian Silalahi, 2024).

Pelanggaran HAKI dalam perdagangan elektronik tidak hanya merugikan pencipta atau pemegang hak cipta tetapi juga melemahkan daya saing sektor kreatif dalam negeri. Jika tidak dijaga dengan baik, para pelaku usaha khususnya dari sektor UMKM tidak akan lagi bersemangat untuk berinovasi dan memproduksi. Bagi para pelaku usaha termasuk UMKM, Hak Kekayaan Intelektual merupakan salah satu hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Perlindungan hukum terhadap suatu produk yang memiliki hak kekayaan intelektual, baik sebagai pemilik produk maupun pencipta produk, diperlukan agar seseorang dapat memanfaatkan hak ekonomi atas produk tersebut secara sah dan legal.

Jika hak kekayaan intelektual suatu produk telah didaftarkan, maka pemilik hak kekayaan

intelektual dalam hal ini UMKM diberikan perlindungan hukum dan dapat memanfaatkan nilai ekonomi produk tersebut. Karena itu, hak kekayaan intelektual yang dimiliki oleh UMKM sebaiknya didaftarkan terlebih dahulu atau pada saat menjalankan usahanya. Pendaftaran hak kekayaan intelektual oleh UMKM, baik merek maupun hak cipta adalah untuk memverifikasi apakah hak kekayaan intelektual yang didaftarkan tersebut telah ada sebelumnya atau belum. Hal ini untuk menghindari gugatan hukum dari pihak lain misalnya, jika ternyata merek yang diajukan sebelumnya sudah terdaftar sehingga penggunaan merek tersebut menjadi tidak sah.

Penting untuk mengkaji perlindungan HKI di platform digital pada era digital harus ditemukan dalam bagaimana kerangka hukum Indonesia mengakomodasinya. Dalam penelitian yang berjudul **“Hukum Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual pada E-Commerce di Era Digital”** akan mengkaji kekuatan dan kelemahan sistem hukum yang berlaku, implementasi kebijakan perlindungan HKI akan dinilai, dan rekomendasi kebijakan yang dapat mendorong perlindungan hukum yang responsif dan adaptif terhadap dinamika teknologi digital akan dirumuskan. Oleh karena itu, diharapkan temuan penelitian ini dapat memberikan kontribusi konkret bagi penguatan perlindungan HKI di Indonesia, mendorong pengembangan lingkungan *E-Commerce* yang sehat, dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap transaksi digital.

LANDASAN TEORI

Hak Kekayaan Intelektual

Hak Kekayaan Intelektual (HKI) merupakan nama resmi dari Hak Kekayaan Intelektual. Pada dasarnya HKI erat kaitannya dengan benda tidak berwujud dan tujuannya adalah untuk melindungi ciptaan intelektual dari kontribusi intelektual manusia, emosi, dan imajinasi (Dr. Bernard Nainggolan, 2021).

R.B. Simatupang mengatakan bahwa HKI merupakan hak yang bersumber dari kemampuan intelektual manusia yang meliputi ilmu pengetahuan, teknologi, seni, dan sastra. Salah satu ciri utama sistem HKI adalah bersifat privat. Masyarakat dapat memilih untuk mengajukan atau mendaftarkan hasil karyanya seperti invensi, karya seni, atau desain. Hak monopoli negara terhadap pencipta hasil karya HKI berfungsi sebagai penghargaan atas kreativitas dan sebagai pendorong bagi pihak lain untuk lebih banyak berkarya. Sistem HKI ini memiliki unsur mekanisme pasar untuk menentukan kepentingan masyarakat (Dr. Bernard Nainggolan, 2021).

Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang seiring dengan kehadirannya di Indonesia telah bergeser menjadi Hak Kekayaan Intelektual dan selanjutnya bergeser menjadi Kekayaan Intelektual. Hak Kekayaan Intelektual dapat diartikan sebagai hak untuk menuntut perlindungan hukum atas kekayaan intelektual sesuai dengan ketentuan hukum. Hak kekayaan intelektual diatur dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2004. Undang-Undang hak kekayaan intelektual lainnya diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2000 tentang Desain Industri, Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang (Indah Meisyana Suci, 2023).

Konsep Perlindungan HKI Dalam Hukum Positif Indonesia

Dalam sejarah hukum nasional Indonesia di bidang HAKI, yakni yang meliputi hak cipta, paten, dan merek telah diatur sejak zaman Belanda dan telah mengalami perubahan, pencatatan dan sebagainya sehingga menjadi kekayaan intelektual, suatu himpunan kekayaan intelektual yang tentunya memiliki nilai kekayaan konvensional. Ada wajah-wajah baru yang sedang diatur maupun telah diatur oleh hukum nasional kita. Khususnya perlindungan varietas tanaman, rahasia dagang, desain industri, dan desain tata letak sirkuit terpadu (Sari, 2009).

Perlindungan HKI dikarenakan Indonesia telah meratifikasi ketentuan WTO melalui Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1994. Perlindungan hukum terhadap HKI ditujukan untuk memacu inovasi, alih dan penyebaran teknologi serta saling menguntungkan dalam pendapatan dan penerapan pengetahuan teknologi, untuk menghasilkan kesejahteraan sosial dan ekonomi serta keseimbangan antara hak dan kewajiban (Suherman, 2005:113).

Menurut (Mujiyanto, 2016), Perlindungan hukum atas HKI diperoleh melalui sistem konstitutif dan sistem deklaratif. Sistem pendaftaran konstitutif (first to file system) mengatur bahwa pendaftaran merupakan salah satu bentuk perlindungan hukum yang memberikan kepastian hukum. Sistem konstitutif berlaku untuk Paten, Merek, Desain Industri, Tata Letak Sirkuit Terpadu. Sistem pendaftaran deklaratif (first to use system) merupakan sistem perlindungan yang tidak melibatkan pendaftaran (pendaftaran sukarela) HKI dalam upaya mendapatkan perlindungan hukum karena meskipun belum terdaftar, perlindungan hukum bagi pencipta/pemilik/penemu pertama sudah terjamin berdasarkan undang-undang. Pendekatan konstitutif relevan dalam kasus Hak Cipta dan Rahasia Dagang.

Perlindungan HKI membahas dua hal: pertama, yang berkaitan dengan hasil gagasan, pikiran, dan kreativitas manusia dan kedua, yang berkaitan dengan keinginan individu untuk melindungi gagasan, pikiran, dan kreativitas tersebut sehingga secara keseluruhan tujuan sistem HKI adalah untuk melindungi pencipta sekaligus memberikan norma kepada pihak lain selain pencipta agar dapat memperoleh akses terhadap ciptaan tersebut. Hak Kekayaan Intelektual (HKI) merupakan instrumen hukum yang melindungi hak individu atas setiap produk kreatif dan bentuk kerja intelektual, serta memberikan hak kepada pemiliknya untuk menikmati keuntungan ekonomi dari kepemilikan hak tersebut. Dalam realitasnya, karya intelektual terwujud dalam bentuk karya sastra dan seni, merek, penemuan dalam bidang teknologi tertentu, dan sebagainya.

Pengertian *E-Commerce*

E-Commerce (Perdagangan Elektronik) adalah proses transaksi jual beli secara elektronik melalui sarana elektronik seperti telepon dan internet. *E-Commerce* bukan hanya sekadar membeli dan menjual barang melalui internet. *E-Commerce* mencakup seluruh proses pembuatan, pemasaran, penjualan, pengiriman, pelayanan, dan pembayaran kepada pelanggan, dengan bantuan jaringan mitra bisnis di seluruh dunia. Sistem *E-Commerce* sangat bergantung pada sumber daya internet dan berbagai teknologi informasi lainnya untuk memfasilitasi setiap proses ini (Yadewani & Wijaya, 2017).

Seiring dengan perkembangan dunia bisnis, *E-Commerce* saat ini sudah menjadi kebutuhan untuk meningkatkan dan memenangkan persaingan bisnis serta penjualan produk. Dalam pemanfaatan *E-Commerce*, kegiatan jual beli dan pemasaran menjadi lebih efisien dimana penerapan *E-Commerce* akan memperlihatkan kemudahan dalam bertransaksi, menekan biaya dan mempercepat proses transaksi. Kualitas transfer data juga lebih baik dibandingkan dengan proses manual, dimana tidak dilakukan pencatatan ulang yang memungkinkan terjadinya human error (Maulana *et al.*, 2015).

Menurut McLeod, perdagangan elektronik atau *E-Commerce* merupakan pemanfaatan teknologi komputer dan jaringan komunikasi untuk mendukung dan mempermudah pelaksanaan proses bisnis secara elektronik. Dalam praktiknya, *E-Commerce* melibatkan berbagai aktivitas seperti promosi, penawaran, transaksi pembelian, hingga penjualan produk atau jasa yang dilakukan melalui media digital, terutama internet. Komputer dan peramban web menjadi alat utama dalam proses ini, memungkinkan pelaku bisnis menjangkau pasar yang lebih luas tanpa batasan geografis serta memberikan kemudahan akses bagi konsumen dalam mendapatkan

informasi dan melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja. *E-Commerce* juga mencakup sistem pembayaran digital, manajemen rantai pasok elektronik, hingga pelayanan pelanggan secara daring, yang semuanya berkontribusi pada efisiensi operasional dan peningkatan daya saing bisnis di era digital. Dengan demikian, *E-Commerce* bukan hanya sekadar proses jual beli secara online, tetapi mencerminkan transformasi mendalam dalam cara bisnis dijalankan di dunia modern (Herayono & Adri, 2021).

Hubungan Hak Kekayaan Intelektual Terhadap *E-Commerce*

Untuk menerapkan sistem perlindungan hak kekayaan intelektual, pelaku usaha *E-Commerce* dapat melakukan beberapa hal, seperti mendaftarkan hak kekayaan intelektual pelaku usaha *E-Commerce* atau produk yang ditawarkan dalam situs jual belinya ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Melalui hal ini, pelaku usaha *E-Commerce* akan mendapatkan perlindungan hukum sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia. Memastikan produk yang dijual dalam platform jual belinya telah memiliki hak paten, merek dagang, atau hak cipta. Hal ini dapat dilakukan oleh perusahaan *E-Commerce* dengan mewajibkan penjual yang terdaftar dalam platform jual belinya untuk menunjukkan bukti kepemilikan hak kekayaan intelektual. Melakukan pengecekan secara berkala terhadap produk yang dijual dalam platform jual belinya untuk memastikan bahwa produk tersebut telah memiliki hak paten, merek dagang, atau hak cipta. Perusahaan daring dapat memfasilitasi hal ini dengan meminta bantuan pihak yang berwenang, seperti Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, untuk melakukan audit tersebut (Mawarni, 2018).

Melakukan tindakan hukum terhadap penjual yang tidak memiliki hak kekayaan intelektual yang sah dan menjual produk palsu di marketplace miliknya. Perusahaan *E-Commerce* dapat melakukan tindakan hukum dengan meminta bantuan pihak berwenang, seperti Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, untuk melakukan tindakan hukum terhadap penjual. Dengan melakukan tindakan ini, perusahaan *E-Commerce* dapat menciptakan sistem perlindungan kekayaan intelektual yang tepat dan memastikan bahwa produk yang dijual di marketplace miliknya memiliki hak kekayaan intelektual yang sah. Jika bisnis *E-Commerce* tidak menerapkan sistem perlindungan kekayaan intelektual, beberapa konsekuensi hukumnya adalah bahwa produk yang tersedia untuk dijual di marketplace miliknya berpotensi tidak memiliki hak paten, merek dagang, atau hak cipta yang sah. Hal ini dapat mengakibatkan kerugian bagi konsumen yang membeli produk tersebut karena produk tersebut dapat berupa produk tiruan yang kualitasnya tidak baik (Maulana & Aaliyah Sulaiman, 2023).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode Systematic Literature Review (SLR), yaitu suatu pendekatan yang dilakukan secara sistematis dengan mengikuti tahapan-tahapan tertentu dalam mengumpulkan, mensintesis, dan menyintesis informasi dari berbagai sumber literatur. Pemilihan literatur didasarkan pada topik atau kata kunci yang relevan dengan fokus penelitian (Wahyudin & Rahayu, 2020). Melalui pendekatan ini, penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan meninjau seluruh studi kasus yang relevan guna menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian secara tepat. SLR menyediakan kerangka kerja yang terstruktur untuk menelusuri sumber-sumber yang relevan, sehingga memungkinkan validasi terhadap tujuan penelitian. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, di mana hasil analisis dari berbagai penelitian akan disajikan dalam bentuk narasi deskriptif yang menonjolkan aspek-aspek kualitatif dari temuan yang diperoleh. Penelitian ini akan menggunakan tinjauan pustaka sistematis untuk

analisis mendalam terhadap perlindungan hak kekayaan intelektual (HKI) dalam konteks *E-Commerce* di era digital. Pengumpulan data dalam penelitian ini bersifat sistematis, yaitu berdasarkan sumber dan terhadap analisis literatur terpercaya yang telah dipublikasikan, yang terdiri dari jurnal ilmiah, peraturan perundang-undangan serta regulasi nasional yang relevan dengan bidang hukum HKI dan perkembangan teknologi digital. Dengan demikian, penelitian berbasis pendekatan ini dapat memberikan wawasan menyeluruh terhadap dinamika hukum HKI dalam *E-Commerce*, termasuk tantangan implementasi, celah hukum, dan urgensi perlindungan hukum yang adaptif terhadap perkembangan teknologi digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hak kekayaan intelektual adalah hak atas kekayaan intelektual yang dilindungi oleh undang-undang berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Hak Kekayaan Intelektual (HKI) adalah hak, kekuasaan, atau kewenangan untuk melakukan sesuatu atas kekayaan intelektual dan hak tersebut diatur dengan peraturan atau ketentuan yang berlaku, sebagaimana yang dikemukakan oleh Adrian Sutedi. Sedangkan, kekayaan intelektual adalah hak milik atas segala hasil karya ciptaan intelektual seperti teknologi, ilmu pengetahuan sastra, seni, karya tulis, kartun, pencipta lagu, dan lain sebagainya. Motif pemberian hak kekayaan intelektual kepada seseorang adalah sebagai bentuk rasa terima kasih atas hasil karya (kreativitas) dan mendorong orang lain untuk lebih mengembangkannya. Hak kekayaan intelektual memiliki banyak fungsi penting seperti, perlindungan hukum terhadap kreator dan hasil karyanya sebagai bentuk pencegahan terhadap pelanggaran hak kekayaan intelektual, peningkatan persaingan dan perluasan pasar, serta hak eksklusif atas pelaku usaha kekayaan intelektual lainnya.

Kasus-Kasus Pelanggaran HKI dalam *E-Commerce*

Perkembangan *E-Commerce* yang sangat pesat membawa konsekuensi hukum baru, salah satunya adalah meningkatnya pelanggaran Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Di era digital, konten tersebar dalam hitungan detik, sehingga karya seperti musik, buku, produk digital, dan merek mudah disalin dan didistribusikan tanpa izin.

1. Pelanggaran Hak Cipta Buku dalam *E-Commerce*

Perlindungan hukum hak cipta buku telah diatur dalam Undang-Undang Hak Cipta yaitu Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Perlindungan hukum hak cipta buku bertujuan untuk melindungi hak-hak pencipta. Akan tetapi, pelanggaran hak cipta masih saja terjadi misalnya pembajakan buku sebagai karya kreatif dan selanjutnya dijual melalui *E-Commerce*.

Di era kemajuan teknologi saat ini, meskipun undang-undang telah memberikan perlindungan dan pengaturan tentang hak cipta namun masih banyak permasalahan hak cipta. Salah satu permasalahan yang cukup marak saat ini adalah pembajakan suatu karya buku. Pasal 40 ayat (1) huruf a Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 menjelaskan bahwa buku merupakan salah satu karya yang dilindungi. Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, pembajakan adalah perbuatan membuat suatu ciptaan dan/atau produk turunannya tanpa hak dan mengedarkan hasil produksi tersebut secara besar-besaran untuk mendapatkan keuntungan ekonomi.

Pembajakan buku merupakan tindak pidana pembajakan Undang-Undang Hak Cipta, merupakan perbuatan pelanggaran menggandakan buku tanpa persetujuan atau izin dari penciptanya dan hal tersebut dilakukan untuk kepentingan ekonomi pribadi pelaku pembajakan. Selain melakukan itu, pelaku pembajakan juga menjual buku bajakan di situs web perdagangan elektronik (*E-Commerce*). Pembajakan buku dan penjualannya melalui *E-Commerce* merupakan salah satu cara untuk memperoleh kepentingan komersial. Hal ini sungguh bertentangan dengan

Undang-Undang Hak Cipta sebagaimana tercantum dalam Pasal 10 Undang-Undang Hak Cipta, “Pengelola tempat perdagangan dilarang melakukan perbuatan yang memperjualbelikan dan/atau menggandakan barang hasil pelanggaran Hak Cipta dan/atau Hak Terkait di tempat perdagangan yang dikelolanya.”

Dalam upaya mengurangi pembajakan buku ilegal melalui platform marketplace, pemerintah memegang peranan penting dalam memberikan perlindungan hukum kepada kreator buku yang melakukan pembajakan melalui marketplace. Sebuah studi yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (sekarang APJII) menunjukkan adanya peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia. Di Indonesia, perkembangan *E-Commerce* mengalami perkembangan yang pesat karena basis pengguna internet yang sangat besar. Ada pula dampak terhadap regulasi hukum saat ini dengan meningkatnya jumlah transaksi dan penjualan online ilegal. Pemerintah harus melakukan pencegahan dengan memberikan perlindungan hukum sebagai langkah pencegahan yang dilakukan pemerintah melalui Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, Kementerian Komunikasi dan Informasi, dan Kepolisian untuk melaksanakan undang-undang.

2. Pelanggaran Hak Merek Produk dalam *E-Commerce*

Secara umum, menurut asas hukum merek, kategori pelanggaran merek dapat digolongkan menjadi tiga golongan besar, yaitu:

- a. *Infringement that create of “likelihood of confusion as to source, sponsorship, affiliation, or connection.* (Pelanggaran yang menyebabkan persamaan yang membingungkan mengenai sumber, sponsor, afiliasi, atau koneksi).
- b. *Counterfeiting that use of mark that is substantially indistinguishable required for treble damages and criminal prosecution.* (Pemalsuan dengan penggunaan merek yang secara substansial tidak dapat dibedakan yang dipersyaratkan untuk pemulihan tiga kali lipat dari jumlah kerugian sebenarnya sebagaimana dimungkinkan oleh peraturan perundang-undangan dan untuk penuntutan pidana).
- c. *Dilution that lessening of the capacity of a famous mark to identify and distinguish goods or services regardless of competition or likelihood of confusion.* (Dilusi / penurunan) atau mengurangi kapasitas sebuah merek terkenal untuk mengidentifikasi dan membedakan barang atau jasanya, terkait dengan persaingan atau persamaan yang membingungkan).

Karena masyarakat memiliki kecenderungan untuk meniru gaya hidup orang barat, maka muncullah barang-barang palsu. Karena gaya hidup masyarakat yang terlalu mewah dan kemajuan zaman yang tidak sebanding dengan keadaan keuangan atau ekonominya maka masyarakat suka membeli barang-barang yang mirip dengan orang lain tetapi harganya terjangkau dengan barang-barang yang biasa dipakai orang barat untuk memenuhi keinginan masyarakat yang tinggi. Maka muncullah pikiran para pedagang untuk menjual barang-barang yang mirip dengan barang asli tetapi dengan harga yang terjangkau oleh masyarakat.

Dalam penelitian Asprilia dan Hami, salah satu barang yang banyak digemari adalah tas branded yang merupakan suatu wadah atau tempat tertutup yang mudah dibawa dan dapat dibawa ke mana saja. Tas bahkan dapat menjadi salah satu aksesoris penampilan kaum hawa dan tentunya tas branded sangat digemari terutama bagi mereka yang gemar tampil fashionable atau trendy. Tentunya harga tas branded sangatlah mahal dan tidak murah karena brand tersebut sudah terkenal dan tersohor di seluruh belahan dunia. Untuk memenuhi kebutuhan fashion kaum hawa dengan pendapatan ekonominya, para pebisnis memilih untuk menjual tas replika yang menyerupai tas asli dari brand-brand trendy yang dibanderol dengan harga yang cukup terjangkau oleh masyarakat dari berbagai kalangan dalam upaya untuk memenuhi tuntutan gaya hidup individu.

Pemalsuan semacam ini merupakan tindakan kriminal yang umum marak terjadi di seluruh dunia saat ini. Karena adanya *E-Commerce*, penjualan tas branded palsu semakin mudah dilakukan oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab di sebagian besar aplikasi. Oleh karena itu, masyarakat perlu mewaspadaikan produk bermerek dan palsu agar dapat lebih berhati-hati saat membeli apa pun.

Peran dan Tanggung Jawab Platform *E-Commerce*

Menurut teori tanggung jawab hukumnya, Hans Kelsen menyatakan bahwa: "Seseorang bertanggung jawab secara hukum atas suatu tindakan tertentu atau bahwa ia memikul tanggung jawab hukum, yang dimaksud dengan subjek adalah bahwa ia bertanggung jawab atas suatu sanksi jika melakukan tindakan yang bertentangan. Hans Kelsen juga menyatakan bahwa "Kegagalan untuk menjalankan kehati-hatian yang diwajibkan oleh hukum disebut kelalaian; dan kelalaian secara umum dianggap sebagai bentuk lain dari kesalahan (*culpa*), meskipun tidak separah kesalahan yang dilakukan karena meramalkan dan menghendaki, dengan atau tanpa niat jahat, menimbulkan akibat yang merugikan."

Peran platform *E-Commerce* dalam melindungi hak merek dagang, hak pengguna, dan hak cipta merupakan faktor yang semakin penting dalam lanskap digital saat ini. Platform besar seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dan Lazada memiliki tanggung jawab penting untuk memastikan bahwa produk yang dijual di platform mereka adalah barang dagangan asli dan tidak melanggar HAKI menurut PP PMSE. Mereka tidak hanya menjadi perantara antara penjual dan pembeli tetapi mereka juga merupakan wali yang bertanggung jawab untuk menjaga integritas dan kepercayaan dalam transaksi Internet. Pelanggaran merek dagang masih terlalu sering terjadi di Indonesia, baik di platform *E-Commerce*, beberapa penyedia layanan *E-Commerce* termasuk dalam Daftar Pasar Terlarang yang diterbitkan oleh Kantor Perwakilan Dagang Amerika Serikat (USTR) seperti Bukalapak, dan Shopee. Administrator platform perdagangan elektronik dapat membantu membela merek dengan menggunakan penegakan tindakan pelanggaran merek dagang dan kebijakan pelaporan, serta koordinasi dengan otoritas yang berwenang untuk menuntut pelanggaran.

Tanggung jawab hukum penyedia platform meliputi sebagian besar aspek termasuk tanggung jawab atas konten dan transaksi yang diproses pada platform. Berikut ini adalah hal-hal yang terkait dengan tanggung jawab hukum penyedia platform:

- a. **Tanggung Jawab Konten:** Penyedia platform media sosial terikat secara hukum untuk menyelenggarakan sistem elektronik pada platformnya. Namun, pemilik platform media sosial dibebaskan dari tanggung jawab tersebut apabila terbukti terjadi *force majeure*, kesalahan, dan/atau kelalaian dari pihak pengguna Sistem Elektronik.
- b. **Kewajiban Penyedia Platform:** Penyedia platform berkewajiban untuk menyediakan informasi dan/atau data mengenai penjual, produk, dan/atau layanan yang dijual secara daring dengan tujuan agar masyarakat dapat mengaksesnya dengan lebih mudah dalam melakukan transaksi perdagangan melalui sistem elektronik.
- c. **Tanggung Jawab atas Barang yang Melanggar Merek:** Dalam beberapa kasus, penyedia platform tidak dapat dimintai pertanggungjawaban secara hukum atas barang yang melanggar merek di pasaran berdasarkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE).
- d. **Tanggung Jawab Penyedia Platform Konten Buatan Pengguna:** Dalam Surat Edaran Kementerian Komunikasi dan Informatika Tahun 2016 tentang Batasan dan Tanggung Jawab Penyedia Platform dan Pedagang *E-Commerce* jenis Konten Buatan Pengguna,

tanggung jawab penyedia platform UGC beragam.

Dampak Pelanggaran HKI terhadap Pelaku UMKM

Pemerintah secara aktif mengajak UMKM untuk mendaftarkan kekayaan intelektualnya (sebagaimana diatur dalam ketentuan UU UMKM), tetapi cenderung mengabaikan pengaduan mengenai UMKM yang melakukan tindak pidana kekayaan intelektual. Temuan survei yang membuktikan kuatnya pengaruh budaya pemalsuan di masyarakat secara tidak langsung mencerminkan rendahnya kesadaran UMKM di Indonesia. Rendahnya kesadaran ini biasanya tidak ditanggapi serius oleh pemerintah. Penyederhanaan prosedur administrasi pendaftaran kekayaan intelektual bukanlah satu-satunya solusi yang dibutuhkan oleh industri mode di Indonesia. Keuntungan jangka pendek yang diperoleh UMKM dari memproduksi dan/atau menjual produk mode yang dipalsukan akan merusak perkembangan industri mode Indonesia dalam jangka panjang.

Pasal 14 ayat (1) huruf d dan Pasal 20 huruf e UU UMKM sama-sama menyebutkan peran pemerintah dalam mendorong pendaftaran kekayaan intelektual. Sayangnya, tidak ada kodifikasi penegakan kekayaan intelektual di sektor UMKM dalam undang-undang, dan bahkan tidak pernah menyebutkan etika bisnis, meskipun undang-undang ini sendiri menyebutkan perlunya pertumbuhan UMKM dan pentingnya lingkungan yang ramah dan mendukung bisnis.

Pelaku UMKM seolah-olah menganggap Kekayaan Intelektual bukan merupakan faktor utama dalam menjalankan usahanya. Hal ini dibuktikan dengan masih banyaknya pendaftaran Merek UMKM yang terdaftar di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Berdasarkan data statistik yang diperoleh dari Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual menunjukkan bahwa selama kurun waktu 2016-April 2018, pendaftaran Merek Non-UMKM sebesar 91,45%, sedangkan untuk merek UMKM hanya 8,55%.⁶ Sementara berdasarkan pandangan World Intellectual Property Rights (WIPO), UMKM memiliki potensi yang sangat besar untuk terus berkembang dan berkontribusi dalam inovasi serta kreativitas.

Menurut (Pangaribuan, 2024), Terdapat beberapa kaitan yang dihadapi UMKM dengan Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual yang dapat sebagai Solusi untuk meyakinkan para pelaku UMKM agar mendaftarkan HKI mereka seperti:

1. Perlindungan HKI memungkinkan UMKM untuk melindungi inovasi dan kreativitas mereka agar tidak ditiru atau dipalsukan oleh pihak lain. Misalnya, dengan pendaftaran merek dagang, barang-barang UMKM dapat diidentifikasi dan dibedakan dari barang-barang lain yang identik atau serupa oleh pesaing, sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen dan mendorong loyalitas merek. Hal ini juga memungkinkan UMKM untuk menambah nilai barang-barang mereka di pasar baik di dalam negeri maupun internasional.
2. Perlindungan HKI juga memberi peluang bagi UMKM untuk mengakses pasar global. Dengan hak cipta, paten, atau merek yang terdaftar secara global, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar dan bersaing dengan produk asing. HKI yang terdaftar secara global menikmati perlindungan hukum yang lebih kuat terhadap pemalsuan di pasar asing.
3. Bagi UMKM yang bergerak di sektor industri kreatif seperti batik atau makanan, perlindungan HAKI sangat dibutuhkan untuk melindungi desain, resep, atau kreasi lainnya agar tidak digunakan oleh pihak ketiga tanpa izin. UMKM harus orisinal dan tidak memberikan hak atas hasil karyanya. Selain itu, UMKM juga dapat berkreasi dan menjual inovasinya dengan lebih aman.
4. Dengan memiliki HKI yang terdaftar, UMKM dapat lebih mudah mengakses keuangan dan investasi. HKI dapat disajikan sebagai aset yang dapat digunakan untuk memperoleh

- keuangan melalui pinjaman atau menarik investor. Bank dan lembaga keuangan akan lebih cenderung memberikan pinjaman kepada UMKM dengan HAKI karena dianggap lebih kompetitif dan memiliki prospek keuntungan.
5. Salah satu implikasi utama perlindungan HKI adalah menumbuhkan kesadaran di kalangan UMKM tentang pentingnya melindungi inovasi dan karya mereka. Sosialisasi dan edukasi oleh pemerintah dan lembaga terkait mendorong UMKM untuk aktif mendaftarkan HKI mereka. Hal ini juga membangun pemahaman tentang hak dan kewajiban hukum terkait kepemilikan HKI.
 6. Meskipun HKI yang terdaftar memberikan perlindungan hukum, namun UMKM cenderung mengalami kendala dalam menegakkan hak-haknya. Penegakan hukum yang kurang memadai, biaya litigasi yang tinggi, dan keterlambatan birokrasi cenderung menjadi kendala bagi UMKM untuk melindungi HKI mereka dari pelanggaran. Oleh karena itu, perlindungan hukum yang lebih kuat dan akses yang lebih mudah ke jalur penegakan hukum tidak dapat dihindari untuk membantu UMKM.

KESIMPULAN

Permasalahan pelanggaran Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dalam perdagangan elektronik (*E-Commerce*) dewasa ini menuntut adanya penyelarasan peraturan perundang-undangan yang tegas, penegakan hukum yang kuat, dan kesadaran masyarakat yang cukup terhadap pentingnya perlindungan HKI. Pemerintah perlu meningkatkan kewenangan lembaga seperti Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual dan Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam mengatur dan menindak pelanggaran HKI di internet. Di sisi lain, penyelenggara platform *E-Commerce* juga harus menjamin keaslian produk yang dijual dan memiliki sistem pelaporan yang efektif bagi pemegang dan pembeli HKI. Pelatihan dan penyadaran kepada pelaku usaha, khususnya UMKM, sangat penting agar mereka menyadari manfaat strategis pendaftaran HKI sebagai perlindungan hukum sekaligus aset usaha. Perlindungan HKI yang efektif tidak hanya melindungi hak cipta dan merek, tetapi juga memastikan terciptanya pasar yang sehat, kompetitif, dan inovatif dalam ekonomi digital Indonesia. Dengan pendekatan yang menyeluruh dan terkoordinasi, pemalsuan HKI dalam perdagangan elektronik dapat ditekan hingga ke tingkat yang cukup signifikan.

DAFTAR REFERENSI

- Arinta, Y. N., Nabila, R., Al Umar, A. U. A., Alviani, A. W., & Inawati, Y. (2020). Eksistensi Bank Wakaf Mikro Dan Implikasinya Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), 372-378.
- Al Umar, A. U. A., Lorenza, L., Savitri, A. S. N., Widayanti, H., & Mustofa, M. T. L. (2020). Pengaruh Inflasi, PDRB, dan UMK Terhadap Tingkat Pengangguran di Provinsi Jawa Tengah Tahun 2017-2019. *Jurnal Ekonomi Balance*, 16(1), 1-12.
- Herayono, A., & Adri, M. (2021). Pengembangan Student Marketplace Bagi Mahasiswa Wirausaha Unp. *JAVIT: Jurnal Vokasi Informatika*, 38-46. <https://doi.org/10.24036/javit.v1i2.23>
- Maulana, S. M., Susilo, H., & Riyadi. (2015). Implementasi *E-Commerce* Sebagai Media Penjualan Online. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1), 1-9.
- Maulana, M. A., & Aaliyah Sulaiman, S. A. M. (2023). Analisis Perlindungan Hukum Terhadap Kekayaan Intelektual Pada Platform Jual Beli *E-Commerce*. *Res Judicata*, 6(1), 29. <https://doi.org/10.29406/rj.v6i1.5269>
- Mawarni, R. (2018). Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Transaksi *E-Commerce* Melalui

-
- Facebook. *PROGRESIF: Jurnal Hukum*, 10(1), 1642–1657.
<https://doi.org/10.33019/progresif.v10i1.180>
- Murjiyanto, R. (2016). Konsep Kepemilikan Hak Atas Merek di Indonesia (Studi Pergeseran Sistem" Deklaratif"ke Dalam Sistem" Konstitutif) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Pangaribuan, J. S. (2024). Pengaruh hak kekayaan intelektual dan perlindungan hukum hak kekayaan intelektual bagi pemberdayaan UMKM. *Jurnal Hukum*, 10(3), 456–470.
- Pitaloka, H., Al Umar, A. U. A., Hartati, E. R., & Fitria, D. (2020). The economic impact of the COVID-19 outbreak: Evidence from Indonesia. *Jurnal Inovasi Ekonomi*, 5(02).
- Sari, N. K. (2009). Pentingnya Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (Hki) Dalam Era Globalisasi. *Qistie*, 3(3). <https://doi.org/10.31942/jqi.v3i3.578>
- Suherman Ade Maman, 2005, Aspek Hukum Dalam Ekonomi Global, Edisi Revisi, Ghalia Indonesia, Bogor
- Wahyudin, Y., & Rahayu, D. N. (2020). Analisis Metode Pengembangan Sistem Informasi Berbasis Website: A Literatur Review. *Jurnal Interkom: Jurnal Publikasi Ilmiah Bidang Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 15(3), 26–40.
<https://doi.org/10.35969/interkom.v15i3.74>
- Yadewani, D., & Wijaya, R. (2017). *Pengaruh E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha*. 1(1), 64–69.