
TINJAUAN HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL DI INDONESIA TANTANGAN DAN PROSPEK (KASUS BATIK NUSNTARA Vs JAYA FESYEN STORE)

Oleh

Parningotan Malau¹, Agung Edy Wibowo², Rahmat A.K Purba³, Andre Wijaya⁴, Ni Putu Priscillia⁵, Syamsul Bahari⁶

^{1,2,3,4,5,6} Fakultas Hukum, Universitas Riau Kepulauan

Email: ¹pmalau0707@gmail.com, ²edywbw.11@gmail.com,

³etahnews.id@gmail.com, ⁴andre.w@gmail.com,

⁵ni.putu@gmail.com, ⁶syamBah@gmail.com

Article History:

Received: 20-06-2025

Revised: 08-06-2025

Accepted: 23-07-2025

Keywords:

Intellectual Property Rights (IPR),
Copyrights, Patents,
Trademarks, and
Industrial Design

Abstract: Intellectual Property Rights (IPR) serve as an essential legal instrument for fostering innovation, creativity, and economic growth within a nation. In Indonesia, the IPR legal framework has evolved over time, encompassing various aspects such as copyrights, patents, trademarks, and industrial designs. Nevertheless, the implementation and enforcement of IPR in Indonesia still face several challenges, including a high rate of infringement and a lack of public awareness. This article analyzes the IPR legal framework in Indonesia, identifies the main challenges in its implementation, and discusses the prospects for future development and strengthening of the IPR system

PENDAHULUAN

Hak Kekayaan Intelektual (HKI) merupakan aspek krusial dalam mendorong inovasi, kreativitas, dan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Secara umum, HKI melindungi hasil olah pikir manusia yang memiliki nilai ekonomi, seperti penemuan, karya seni, desain industri, merek dagang, dan rahasia dagang. 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 Paten, menjadi pilar utama dalam kerangka hukum HKI di Indonesia. Regulasi-regulasi ini, bersama dengan peraturan terkait desain industri, rahasia dagang, dan desain tata letak sirkuit terpadu, membentuk sistem perlindungan yang komprehensif bagi para pencipta dan inovator^{1,2}

Meskipun kerangka hukum HKI di Indonesia sudah cukup lengkap, implementasinya masih menghadapi berbagai tantangan. Salah satu isu utama adalah masih tingginya tingkat pelanggaran HKI, terutama dalam bentuk pembajakan dan pemalsuan. Produk-produk palsu, mulai dari barang mewah hingga perangkat lunak, masih marak beredar di pasaran, merugikan pemilik HKI dan konsumen. Penegakan hukum yang belum optimal, kurangnya kesadaran masyarakat akan pentingnya HKI, serta proses hukum yang terkadang memakan waktu dan biaya, menjadi beberapa faktor penyebab persistensi masalah ini.

¹ Indonesai, Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2016 Tentang Paten.

² Indonesia, Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta.

Kasus-kasus pelanggaran HKI sering kali melibatkan sengketa merek, pembajakan hak cipta atas karya musik atau film, hingga penjiplakan desain produk. Misalnya, seringkali terjadi kasus di mana merek-merek terkenal diimitasi atau digunakan tanpa izin, yang tidak hanya merugikan reputasi pemilik merek asli tetapi juga menyesatkan konsumen³. Demikian pula, industri kreatif Indonesia, seperti musik dan film, kerap dirugikan oleh praktik pembajakan massal melalui platform ilegal, yang berdampak pada pendapatan para seniman dan produser.

Pemerintah Indonesia, melalui Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) Kementerian Hukum dan HAM, terus berupaya memperkuat sistem perlindungan HKI. Berbagai inisiatif telah dilakukan, termasuk peningkatan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat, percepatan proses pendaftaran HKI, serta kerja sama dengan lembaga penegak hukum dan pihak internasional untuk memerangi pelanggaran HKI lintas batas⁴. Pemanfaatan teknologi juga diharapkan dapat mempermudah pelacakan dan penindakan terhadap pelaku pelanggaran. Masa depan HKI di Indonesia sangat bergantung pada kolaborasi antara pemerintah, pemilik HKI, penegak hukum, dan masyarakat. Peningkatan kesadaran akan pentingnya HKI, penegakan hukum yang konsisten dan tegas, serta upaya berkelanjutan untuk memfasilitasi pendaftaran dan perlindungan HKI, akan menjadi kunci untuk menciptakan ekosistem inovasi yang lebih kondusif. Dengan demikian, HKI dapat benar-benar menjadi katalis bagi pertumbuhan ekonomi kreatif dan daya saing bangsa di kancah global.

Berdasarkan uraian di atas, maka dalam konteks perlindungan hak kekayaan intelektual, khususnya merek dagang, sering kali terjadi penyalahgunaan oleh pihak yang tidak berhak, seperti dalam kasus dugaan penggunaan merek milik PT. Indah Jaya oleh pihak ketiga bernama "Jaya Fesyen Store". Hal ini menimbulkan pertanyaan apakah tindakan tersebut telah memenuhi unsur pelanggaran merek dagang sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Selain itu, perlu dikaji langkah-langkah hukum apa saja yang dapat ditempuh oleh PT. Indah Jaya untuk melindungi hak atas mereknya serta memperoleh ganti rugi atas kerugian yang ditimbulkan. Di sisi lain, perkembangan perdagangan melalui platform e-commerce menghadirkan dinamika baru dalam penegakan hukum HKI, sehingga perlu dipahami sejauh mana tanggung jawab dan peran platform digital dalam membantu mencegah serta menangani pelanggaran merek yang terjadi di ruang digital tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini berfokus pada pendekatan penelitian hukum normatif⁵ melalui studi pustaka dan analisis dokumen hukum untuk memahami secara mendalam kerangka hukum yang relevan serta bagaimana penerapannya dalam kasus konkret⁶. Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian hukum normatif (*doctrinal research*), yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder. Fokusnya adalah pada hukum sebagai norma atau kaidah, serta peraturan perundang-undangan.

³ Kariodimedjo, "Perlindungan Hak Cipta, Hak Terkait, Dan Desain Industri."

⁴ Victoria et al., "Implementasi Pembuatan HKI (Hak Kekayaan Intelektual) Untuk Merek UMKM Wanyabi."

⁵ Nur, *Buku Pengantar Penelitian Hukum*.

⁶ Nugroho, Haryani, and Farkhani, *Metodologi Riset Hukum*.

- a. Pendekatan Penelitian
 1. Pendekatan Perundang-undangan (*Statute Approach*): Menganalisis secara mendalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, serta peraturan pelaksanaannya, untuk memahami ketentuan-ketentuan terkait pendaftaran, perlindungan, dan pelanggaran merek dagang. Ini juga mencakup peninjauan undang-undang terkait lainnya jika relevan, seperti Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) terkait platform *e-commerce*.
 2. Pendekatan Konseptual (*Conceptual Approach*): Memahami konsep-konsep hukum dasar terkait merek dagang, seperti persamaan pada pokoknya, persamaan secara keseluruhan, itikad tidak baik, reputasi merek, dan indikasi penyesatan konsumen.
 3. Pendekatan Kasus (*Case Approach*): Menganalisis putusan-putusan pengadilan terdahulu (yurisprudensi) yang relevan dengan kasus pelanggaran merek dagang, terutama yang melibatkan penjualan *online* atau peniruan yang menciptakan kebingungan konsumen. Ini akan membantu dalam memprediksi potensi hasil dan argumen hukum yang kuat.
- b. Teknik Pengumpulan Data

Data akan dikumpulkan melalui teknik studi dokumentasi, yaitu dengan mengidentifikasi, mengkaji, dan menganalisis secara sistematis seluruh bahan hukum primer, sekunder, dan tersier yang relevan⁷. Ini termasuk pencarian data pendaftaran merek di database DJKI, penelusuran putusan pengadilan melalui Direktori Putusan Mahkamah Agung, serta pengumpulan bukti-bukti digital dari platform *e-commerce* yang menunjukkan adanya dugaan pelanggaran

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kasus yang menimpa PT. Indah Jaya dengan merek dagang "Batik Nusantara" versus "Jaya Fesyen Store" yang menjual produk "Batik Nusantara Indah" secara *online* merupakan contoh klasik dari kompleksitas penegakan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di era digital. Permasalahan ini secara spesifik berpusat pada pelanggaran merek dagang, yang diatur secara komprehensif dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU Merek)⁸. PT. Indah Jaya, sebagai pemilik merek terdaftar, memiliki hak eksklusif untuk menggunakan merek tersebut, dan setiap penggunaan merek yang memiliki persamaan pada pokoknya atau secara keseluruhan oleh pihak lain dapat dianggap sebagai pelanggaran.

Dasar Hukum Perlindungan Merek

Merek dagang, sebagaimana didefinisikan dalam Pasal 1 angka 1 UU Merek, adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa⁹. Perlindungan merek di Indonesia menganut sistem konstitutif, artinya hak

⁷ Nugroho, Haryani, and Farkhani.

⁸ Sinaga, "Pentingnya Perlindungan Hukum Kekayaan Intelektual Bagi Pembangunan Ekonomi Indonesia."

⁹ Rongiyati, "Hak Kekayaan Intelektual Atas Pengetahuan Tradisional."

atas merek diperoleh setelah merek tersebut didaftarkan pada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) dan bukan karena penggunaan pertama. PT. Indah Jaya telah memenuhi syarat ini dengan mendaftarkan "Batik Nusantara" sejak tahun 2010.

Pasal 21 ayat (1) UU Merek secara tegas menyatakan bahwa permohonan pendaftaran merek akan ditolak jika merek tersebut mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhan dengan Merek terdaftar milik pihak lain atau dimohonkan lebih dahulu oleh pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis¹⁰. Dalam kasus "Batik Nusantara Indah", meskipun ada sedikit perbedaan, penggunaan frasa "Batik Nusantara" yang merupakan inti dari merek PT. Indah Jaya dan penambahan kata "Indah" mungkin tidak cukup untuk menghindari klaim persamaan pada pokoknya.

Konsep Persamaan pada Pokoknya dan Keseluruhan

Konsep persamaan pada pokoknya (Pasal 21 ayat (2) UU Merek) merujuk pada kemiripan yang menimbulkan kesan adanya hubungan yang sama antara merek satu dengan merek lainnya, meskipun ada perbedaan pada detailnya. Faktor-faktor yang dipertimbangkan meliputi persamaan bunyi, visual, penulisan, atau gabungan di antara unsur-unsur tersebut¹¹. Dalam kasus ini, bunyi "Batik Nusantara" pada "Batik Nusantara Indah" dan "Batik Nusantara" jelas serupa.

Sementara itu, persamaan secara keseluruhan berarti merek-merek tersebut identik tanpa perbedaan signifikan. Meskipun tidak identik, "Batik Nusantara Indah" sangat mirip dan dapat menyesatkan konsumen. Penambahan kata "Indah" seringkali dianggap sebagai upaya untuk mengelabui, tanpa mengubah substansi persamaan yang ada.

Salah satu pertimbangan penting dalam kasus pelanggaran merek adalah itikad tidak baik (Pasal 21 ayat (3) UU Merek). Jika "Jaya Fesyen Store" terbukti sengaja meniru merek "Batik Nusantara" untuk mengambil keuntungan dari reputasi yang telah dibangun oleh PT. Indah Jaya dan/atau untuk menyesatkan konsumen, maka unsur itikad tidak baik ini akan terpenuhi. Bukti-bukti seperti kemasan produk yang menyerupai, tata letak iklan, hingga narasi promosi yang sengaja dibuat ambigu dapat menjadi indikasi adanya itikad tidak baik.

Lebih lanjut, itikad tidak baik ini tidak hanya relevan dalam konteks UU Merek, tetapi juga dapat menyentuh ranah hukum lain. Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata) tentang Perbuatan Melawan Hukum dapat diterapkan, di mana perbuatan "Jaya Fesyen Store" yang dengan sengaja menciptakan kebingungan di pasar dapat dianggap sebagai tindakan yang merugikan PT. Indah Jaya. Selain itu, Pasal 382 *bis* Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) tentang Persaingan Curang juga dapat dipertimbangkan, di mana seseorang yang dengan sengaja menggunakan nama, tanda, atau tanda pengenal lain yang serupa dengan milik orang lain untuk mengelabui publik dan menyebabkan kerugian, dapat dipidana¹². Keterkaitan dengan pasal-pasal di luar UU Merek ini memperkuat argumen bahwa tindakan "Jaya Fesyen Store" bukan hanya sekadar kebetulan, melainkan upaya sistematis yang didasari niat untuk mendapatkan keuntungan secara tidak sah.

¹⁰ Jannah, "Perlindungan Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Haki) Dalam Hak Cipta Di Indonesia."

¹¹ Zihady Maulana and Apriani, "Implementasi Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual Merek Dalam Persaingan Usaha Di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis."

¹² Noviriska, "Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual Terhadap Pelaku Ekonomi Kreatif Berdasarkan Undang-Undang Hak Kekayaan Intelektual Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta."

Pelanggaran Merek dan Indikasi Penyesatan Konsumen

Pelanggaran merek dagang tidak hanya merugikan pemilik merek asli secara finansial tetapi juga berpotensi menyesatkan konsumen (Pasal 100 ayat (1) UU Merek). Konsumen mungkin membeli produk "Batik Nusantara Indah" dengan keyakinan bahwa mereka membeli produk dari PT. Indah Jaya, padahal kualitasnya mungkin jauh berbeda. Keluhan konsumen tentang kualitas produk yang lebih rendah yang diterima PT. Indah Jaya merupakan bukti konkret dari dampak penyesatan ini, yang dapat merusak reputasi merek "Batik Nusantara".

Pelanggaran merek dagang yang dilakukan oleh "Jaya Fesyen Store" secara langsung mengarah pada indikasi penyesatan konsumen, suatu praktik yang sangat merugikan dan dilarang oleh hukum. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) secara tegas melarang pelaku usaha melakukan praktik penyesatan. Pasal 8 ayat (1) huruf a UUPK menyatakan bahwa pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, promosi, atau iklan penjualan barang dan/atau jasa tersebut¹³. Dalam kasus ini, merek "Batik Nusantara Indah" dan peniruan gaya promosi menciptakan janji tersirat kepada konsumen bahwa produk tersebut berafiliasi dengan kualitas dan reputasi "Batik Nusantara" yang sudah dikenal.

Praktik penyesatan ini diperparah oleh ranah *e-commerce*. Di lingkungan *online*, konsumen seringkali membuat keputusan pembelian berdasarkan visual dan nama merek yang cepat, tanpa kesempatan untuk memeriksa produk secara fisik sebelum membeli. Desain kemasan dan tata letak iklan "Jaya Fesyen Store" yang sengaja menyerupai PT. Indah Jaya secara visual dapat dengan mudah mengecoh konsumen yang kurang teliti, membuat mereka salah mengira bahwa "Batik Nusantara Indah" adalah produk dari PT. Indah Jaya.

Konsekuensi dari penyesatan ini tidak hanya pada kerugian finansial bagi PT. Indah Jaya akibat penurunan penjualan, tetapi juga pada kerugian non-materiil berupa rusaknya reputasi merek "Batik Nusantara". Keluhan konsumen tentang kualitas produk "Batik Nusantara Indah" yang lebih rendah, namun disalahartikan sebagai produk PT. Indah Jaya, secara langsung merusak kepercayaan konsumen terhadap merek asli. Ini menunjukkan bahwa pelanggaran merek bukan hanya sekadar persaingan tidak sehat, melainkan juga serangan langsung terhadap integritas informasi yang diterima konsumen¹⁴.

Peran Platform E-commerce

Peran platform *e-commerce* dalam kasus ini adalah krusial. Meskipun platform mungkin berargumen sebagai penyedia layanan pasif (hanya memfasilitasi transaksi), Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) sebagaimana diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 memiliki implikasi. Pasal 26 UU ITE mengatur bahwa penyelenggara sistem elektronik wajib menyediakan mekanisme bagi pihak yang dirugikan untuk mengajukan keberatan.

Platform *e-commerce* memiliki kewajiban untuk bertindak (*notice and takedown*) setelah menerima pemberitahuan resmi mengenai pelanggaran HKI yang terjadi di platform mereka. Jika PT. Indah Jaya telah mengajukan keberatan atau laporan resmi kepada platform

¹³ Setyowati et al., "Intellectual Property Rights and Challenge of Their Implementation in Universities."

¹⁴ Wijaya, Zain, and Anam, "Kedudukan Hak Kekayaan Intelektual (Hki) Dalam Sistem Hukum Nasional."

e-commerce tersebut, platform wajib menindaklanjuti dengan menurunkan produk yang melanggar. Kelalaian platform dalam menindaklanjuti laporan yang sah dapat menimbulkan tanggung jawab hukum bagi platform itu sendiri.¹⁵

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) sebagaimana telah diubah oleh Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024, mengamanatkan tanggung jawab tertentu. Pasal 26 UU ITE yang baru secara lebih jelas menekankan kewajiban Penyelenggara Sistem Elektronik (PSE) untuk menyediakan mekanisme pengaduan dan menindaklanjuti keluhan terkait pelanggaran hak pihak lain.

Kewajiban platform *e-commerce* utamanya muncul ketika mereka mengetahui atau seharusnya mengetahui adanya pelanggaran. Jika PT. Indah Jaya telah mengajukan pemberitahuan resmi atau keluhan (mekanisme *notice and takedown*) kepada platform *e-commerce* mengenai adanya produk "Batik Nusantara Indah" yang melanggar merek, maka platform tersebut memiliki kewajiban untuk segera bertindak dengan menurunkan atau menghapus produk yang dilaporkan. Kelalaian platform untuk merespons secara cepat dan efektif setelah menerima laporan yang valid dapat menimbulkan tanggung jawab hukum bagi platform itu sendiri, karena dianggap turut memfasilitasi perbuatan melanggar hukum.

Berdasarkan putusan pengadilan di beberapa yurisdiksi, dan sejalan dengan semangat UUPK serta UU ITE, platform *e-commerce* dapat disangkakan memiliki tanggung jawab tidak langsung (*secondary liability*) apabila mereka pasif dalam menanggapi laporan pelanggaran HKI. Bentuk pertanggungjawaban ini bisa berupa¹⁶

1. Turut serta dalam perbuatan melawan hukum (Pasal 1365 KUH Perdata): Jika platform secara pasif membiarkan pelanggaran terus berlanjut setelah diberitahu, mereka dapat dianggap turut serta dalam perbuatan merugikan yang dilakukan oleh penjual.
2. Wanprestasi (jika ada perjanjian layanan): Platform mungkin memiliki kewajiban kontraktual dengan pemilik merek atau dengan penggunanya untuk menjaga lingkungan transaksi yang aman dan bebas dari pelanggaran HKI. Kelalaian ini bisa dianggap wanprestasi.
3. Gugatan Perdata (ganti rugi): Pemilik merek yang dirugikan dapat menuntut ganti rugi dari platform jika terbukti platform lalai dalam menjalankan kewajibannya untuk menghapus konten atau menonaktifkan penjual yang melanggar.

Lebih jauh, platform *e-commerce* juga memiliki potensi tanggung jawab pidana jika terbukti secara aktif memfasilitasi atau mendukung aktivitas pelanggaran merek. Meskipun ini lebih sulit dibuktikan, jika ada bukti bahwa platform menerima keuntungan signifikan dari penjualan produk palsu dan menolak untuk mengambil tindakan pencegahan, mereka bisa saja dianggap sebagai turut serta atau pembantu dalam kejahatan pelanggaran merek (Pasal 55 dan 56 KUHP), yang merujuk pada Pasal 100 UU Merek. Oleh karena itu, penting bagi platform untuk memiliki kebijakan HKI yang kuat, transparan, dan mekanisme pelaporan yang efisien untuk melindungi diri dari potensi sangkaan hukum ini

¹⁵ Suhaeruddin, "Hak Kekayaan Intelektual Dalam Era Digital: Tantangan Hukum Dan Etika Dalam Perlindungan Karya Kreatif Dan Inovas."

¹⁶ Edyson, Dikjaya, and Rafi, "Perlindungan Hukum Mengenai Hak Atas Kekayaan Intelektual."

KESIMPULAN

Kasus "Batik Nusantara" yang melibatkan dugaan pelanggaran merek dagang oleh "Jaya Fesyen Store" melalui platform *e-commerce* merupakan cerminan nyata dari tantangan penegakan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di era digital. Permasalahan ini menggarisbawahi pentingnya perlindungan merek terdaftar berdasarkan sistem konstitutif di Indonesia, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. PT. Indah Jaya, sebagai pemilik merek terdaftar, memiliki dasar hukum yang kuat untuk menuntut karena adanya "persamaan pada pokoknya" antara merek "Batik Nusantara" dan "Batik Nusantara Indah", serta indikasi kuat itikad tidak baik yang dilakukan oleh pihak pelanggar.

Pelanggaran ini tidak hanya merugikan pemilik merek secara finansial dan merusak reputasi, tetapi juga secara langsung menyesatkan konsumen. Praktik peniruan nama, logo, dan gaya promosi di lingkungan *online* membuat konsumen rentan terhadap produk tiruan berkualitas rendah, yang pada akhirnya merusak kepercayaan publik terhadap merek asli dan integritas pasar. Oleh karena itu, langkah-langkah hukum yang dapat ditempuh PT. Indah Jaya, baik melalui gugatan perdata untuk ganti rugi dan penghentian pelanggaran, maupun tuntutan pidana untuk efek jera, menjadi krusial untuk memulihkan kerugian dan menegakkan keadilan.

Selain penindakan terhadap pelaku langsung, kasus ini juga menyoroti peran sentral dan potensi tanggung jawab platform *e-commerce*. Meskipun platform berargumen sebagai penyedia layanan pasif, kewajiban mereka untuk menindaklanjuti laporan pelanggaran HKI berdasarkan UU ITE sangat jelas^{17,18}. Kelalaian platform dalam merespons pemberitahuan pelanggaran dapat menyeret mereka ke dalam tanggung jawab tidak langsung atau bahkan turut serta dalam perbuatan melawan hukum, baik secara perdata maupun pidana. Oleh karena itu, penguatan sistem HKI di era digital memerlukan sinergi antara pemilik merek, penegak hukum, dan platform *e-commerce* untuk menciptakan lingkungan bisnis *online* yang adil, inovatif, dan bebas dari praktik ilegal¹⁹

Saran

Berdasarkan analisis kasus "Batik Nusantara" dan kompleksitas isu Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di ranah *e-commerce*, berikut adalah beberapa saran strategis yang dapat dipertimbangkan oleh berbagai pihak:

1. Edukasi Konsumen dan Komunikasi Publik: PT. Indah Jaya perlu aktif mengedukasi konsumen melalui media sosial dan saluran komunikasi lainnya mengenai perbedaan antara produk asli "Batik Nusantara" dan produk tiruan. Ini dapat membantu memulihkan reputasi dan mencegah kebingungan lebih lanjut.
2. Platform harus memiliki kebijakan HKI yang jelas, transparan, dan mudah diakses oleh semua pengguna. Mekanisme pelaporan pelanggaran harus efisien dan responsif, dengan waktu tanggap yang cepat untuk menurunkan konten yang melanggar.

¹⁷ Suhaeruddin, "Hak Kekayaan Intelektual Dalam Era Digital: Tantangan Hukum Dan Etika Dalam Perlindungan Karya Kreatif Dan Inovasi."

¹⁸ Santoso and Santoso, "Implementasi Hukum Kekayaan Intelektual Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Dalam Perspektif Negara Hukum."

¹⁹ Malau et al., "1 2 3 4."

3. Investasi pada Teknologi Deteksi: Platform perlu berinvestasi pada teknologi *Artificial Intelligence* (AI) dan *machine learning* untuk mendeteksi secara proaktif produk-produk yang melanggar HKI, seperti merek palsu atau desain tiruan, sebelum dilaporkan
4. Edukasi Penjual: Selenggarakan program edukasi berkelanjutan bagi para penjual di platform mengenai pentingnya HKI dan konsekuensi hukum dari pelanggaran. Ini dapat mengurangi insiden pelanggaran dari hulu.

Sementara itu di pihak Pemerintah dan Penegak Hukum:

1. Tingkatkan Koordinasi Lintas Instansi: Perkuat koordinasi antara DJKI, Kepolisian, Kejaksaan, Pengadilan Niaga, dan Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam menangani kasus pelanggaran HKI, terutama di ranah digital. Pembentukan gugus tugas khusus HKI *online* dapat menjadi solusi.
2. Perjelas Batasan Tanggung Jawab Platform: Meskipun UU ITE telah direvisi, pemerintah perlu terus mengembangkan peraturan pelaksana yang lebih spesifik mengenai tanggung jawab PSE dalam penanganan pelanggaran HKI, termasuk sanksi yang jelas bagi platform yang lalai.
3. Kampanye Kesadaran Publik: Lanjutkan dan tingkatkan kampanye nasional untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya HKI, bahaya produk palsu, dan hak-hak konsumen.

Dengan mengimplementasikan saran-saran ini, diharapkan ekosistem perdagangan *online* di Indonesia akan menjadi lebih aman, adil, dan kondusif bagi pertumbuhan inovasi serta kreativitas, sekaligus melindungi hak-hak konsumen dan pemilik HKI

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Edyson, David, Dikjaya Dikjaya, and Muhammad Rafi. "Perlindungan Hukum Mengenai Hak Atas Kekayaan Intelektual." *Journal of Law, Education and Business* 2, no. 2 (2024): 1055–64. <https://doi.org/10.57235/jleb.v2i2.2936>.
- [2] Indonesai, Negara Kesatuan Republik. *Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2016 Tentang Paten*, n.d.
- [3] Indonesia, Negara Kesatuan Republik. *Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta*, n.d.
- [4] Jannah, Maya. "Perlindungan Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Haki) Dalam Hak Cipta Di Indonesia." *Jurnal Ilmiah Advokasi* 6, no. 2 (2018): 55–72. <https://doi.org/10.36987/jiad.v6i2.250>.
- [5] Kariodimedjo, Dina Widyaputri. "Perlindungan Hak Cipta, Hak Terkait, Dan Desain Industri." *Mimbar Hukum - Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada* 22, no. 2 (2012): 265. <https://doi.org/10.22146/jmh.16222>.
- [6] Malau, Parningotan, River Hutajulu, Faisal Rusyuandi, and Christina Dian Adiati. "1 2 3 4" 5, no. 1 (2025): 155–64.
- [7] Noviriska, Noviriska. "Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual Terhadap Pelaku Ekonomi Kreatif Berdasarkan Undang-Undang Hak Kekayaan Intelektual Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta." *Jurnal Ilmiah Publika* 10, no. 2 (2022): 298. <https://doi.org/10.33603/publika.v10i2.7630>.
- [8] Nugroho, Sigit Sapto, Anik Tri Haryani, and Farkhani. *Metodologi Riset Hukum. Ase Pustaka*. Vol. 2, 2020. https://unmermadiun.ac.id/repository_jurnal_penelitian/Sigit

- Sapto Nugroho/URL Buku Ajar/Buku Metodologi Riset Hukum.pdf.
- [9] Nur, Dr.Solikin. *Buku Pengantar Penelitian Hukum*, 2021.
- [10] Rongiyati, Sulasi. "Hak Kekayaan Intelektual Atas Pengetahuan Tradisional," n.d., 213–38.
- [11] Santoso, Agil Febriansyah, and Budi Santoso. "Implementasi Hukum Kekayaan Intelektual Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Dalam Perspektif Negara Hukum." *Notarius* 15, no. 2 (2022): 818–32. <https://doi.org/10.14710/nts.v15i2.33566>.
- [12] Setyowati, Krisnani, Efridani Lubis, Elisa Anggraeni, and M. Hendra Wibowo. "Intellectual Property Rights and Challenge of Their Implementation in Universities," 2005, 1.
- [13] Sinaga, Niru Anita. "Pentingnya Perlindungan Hukum Kekayaan Intelektual Bagi Pembangunan Ekonomi Indonesia." *Jurnal Hukum Sasana* 6, no. 2 (2020): 144–65. <https://doi.org/10.31599/sasana.v6i2.385>.
- [14] Suhaeruddin, Uha. "Hak Kekayaan Intelektual Dalam Era Digital: Tantangan Hukum Dan Etika Dalam Perlindungan Karya Kreatif Dan Inovas." *Jurnal Hukum Indonesia* 3, no. 3 (2024): 122–28. <https://doi.org/10.58344/jhi.v3i3.888>.
- [15] Victoria, Sharon, Aprilia Andriyanti, Stella Ferdiany Da Costa, Budi Setiawan, and Eugenia Laeticia. "Implementasi Pembuatan HKI (Hak Kekayaan Intelektual) Untuk Merek UMKM Wanyabi." *Ikra-Ith Abdimas* 9, no. 2 (2025): 43–51. <https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v9i2.4064>.
- [16] Wijaya, Temmy, Diky Zehru Zain, and Khairul Anam. "Kedudukan Hak Kekayaan Intelektual (Hki) Dalam Sistem Hukum Nasional." *Legal Studies Journal* 1, no. 2 (2021): 75–91. <https://doi.org/10.33650/ljs.v1i2.2895>.
- [17] Zihady Maulana, Moch Ikhsan, and Rani Apriani. "Implementasi Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual Merek Dalam Persaingan Usaha Di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis." *JUSTITIA Jurnal Ilmu Hukum Dan Humaniora* 7, no. 2 (2024): 499. <https://doi.org/10.31604/justitia.v7i2.499-506>.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN