

Perlindungan Hukum terhadap Hak atas Kekayaan Intelektual dalam Konteks Bisnis Modern: Kebijakan, Regulasi, dan Implikasinya bagi Pelaku Usaha

Made Ashisri Irmawanthi¹, Ni Ketut Sari Adnyani², Ni Luh Wayan Yasmiati³

^{1,2,3} Program Studi Ilmu Hukum, Jurusan Hukum dan Kewarganegaraan, Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja, Indonesia

e-mail: ashisri@student.undiksha.ac.id¹, sari.adnyani@undiksha.ac.id²,
nyasmiati@undiksha.ac.id³

Abstrak

Perkembangan teknologi dan transformasi digital telah mengubah lanskap dunia bisnis secara signifikan. Dalam konteks ini, hak atas kekayaan intelektual menjadi salah satu elemen strategis yang menentukan daya saing, keberlanjutan usaha, serta perlindungan terhadap hasil kreativitas dan inovasi pelaku usaha. Namun, kesadaran dan pemahaman pelaku usaha, khususnya usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), terhadap pentingnya perlindungan hukum atas kekayaan intelektual masih tergolong rendah. Kondisi tersebut menyebabkan berbagai potensi kerugian, seperti penyalahgunaan merek, pembajakan karya cipta, serta pemanfaatan inovasi tanpa izin oleh pihak lain. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis bentuk perlindungan hukum terhadap hak atas kekayaan intelektual di Indonesia dan mengkaji implikasi hukum serta tantangan yang dihadapi pelaku usaha dalam menerapkannya di era digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif dengan metode studi kepustakaan berdasarkan peraturan perundang-undangan, literatur akademik, dan jurnal ilmiah yang relevan. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa Indonesia telah memiliki kerangka hukum yang cukup lengkap dalam mengatur perlindungan hak atas kekayaan intelektual, meliputi hak cipta, merek, paten, desain industri, dan rahasia dagang. Meskipun demikian, implementasinya di lapangan masih menemui berbagai kendala. Tantangan utama meliputi rendahnya kesadaran hukum, keterbatasan akses terhadap proses pendaftaran, biaya yang dianggap memberatkan, serta meningkatnya pelanggaran kekayaan intelektual di ruang digital. Kesimpulannya, perlindungan hukum atas kekayaan intelektual perlu dioptimalkan melalui penyederhanaan kebijakan, peningkatan edukasi hukum kepada pelaku usaha, serta penguatan penegakan hukum yang efektif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi guna menciptakan iklim bisnis yang sehat, kompetitif, dan inovatif di Indonesia.

Kata Kunci: Hak Kekayaan Intelektual, Hukum Bisnis, Perlindungan Hukum, Era Digital

Abstract

The rapid advancement of technology and digital transformation has significantly reshaped the modern business environment. In this context, intellectual property rights have emerged as a strategic asset that supports business competitiveness, sustainability, and the protection of innovation and creativity. Nevertheless, awareness and understanding of intellectual property protection among business actors, particularly micro, small, and medium-sized enterprises (MSMEs), remained relatively limited. This situation often exposed businesses to various risks, including piracy, counterfeiting, and unauthorized use of their intellectual creations. This article aimed to analyze the forms of legal protection for intellectual property rights in Indonesia and to examine the legal implications and challenges faced by business actors in implementing such protection in the digital era. The study employed a normative juridical approach using a library research method based on statutory regulations, academic literature, and relevant scientific journals. The findings indicate that Indonesia possesses a relatively comprehensive legal framework governing intellectual property protection, including copyright, trademarks, patents, industrial designs, and trade secrets. However, its implementation still faces several challenges, such as limited legal awareness, barriers to registration procedures, and the growing number of intellectual property infringements in digital spaces. The study concludes that legal protection for intellectual property rights requires further optimization through policy simplification, broader legal education, and stronger law enforcement mechanisms that are responsive to technological developments. Effective intellectual property protection contributes to the creation of a healthier, more innovative, and sustainable business ecosystem in Indonesia.

Keywords: Intellectual Property Rights, Business Law, Legal Protection, Digital E

LATAR BELAKANG

Di tengah perkembangan teknologi yang pesat dan arus globalisasi yang semakin masif, dunia usaha mengalami pergeseran paradigma yang cukup mendasar. Dahulu, kekayaan sebuah perusahaan lebih banyak diukur dari aset fisik seperti gedung, mesin, atau modal finansial. Namun kini, nilai sebuah bisnis tidak hanya ditentukan oleh aset-aset tersebut, melainkan juga oleh hal-hal yang tidak kasat mata seperti ide, kreativitas, dan inovasi. Dalam konteks ini, Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) muncul sebagai pilar penting yang menopang pertumbuhan dan kelangsungan usaha di era modern.

HAKI bukan lagi sekadar konsep hukum yang kaku dan terbatas pada perlindungan formal semata. Ia telah berkembang menjadi instrumen bisnis yang esensial, terutama ketika banyak perusahaan, termasuk usaha kecil dan menengah, bertumpu pada kekayaan intelektual seperti merek, logo, desain kemasan, resep rahasia, dan teknologi aplikasi. Elemen-elemen tersebut kini sangat menentukan posisi sebuah usaha di pasar yang kompetitif. Ironisnya, meskipun nilai strategis HAKI sangat besar, masih banyak pelaku usaha yang belum memprioritaskan perlindungan atas kekayaan intelektual mereka. Banyak yang menganggap pendaftaran merek atau hak cipta sebagai formalitas administratif belaka,

padahal sejatinya ini adalah investasi jangka panjang yang krusial untuk keamanan dan keberlanjutan bisnis[14].

Fenomena ini semakin mencemaskan jika kita melihat pertumbuhan pesat bisnis digital dan ekonomi kreatif. Banyak anak muda dengan semangat luar biasa memulai startup teknologi, mengembangkan produk unik, atau menciptakan konten kreatif yang viral di media sosial. Namun, kesadaran hukum tidak selalu tumbuh seiring dengan semangat inovasi tersebut. Perlindungan hukum atas karya dan inovasi sering kali baru disadari ketika sudah terjadi klaim dari pihak lain atau pembajakan yang terang-terangan, sementara pendaftaran resmi belum dilakukan [13]. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara inovasi yang cepat dan perlindungan hukum yang lambat.

Pelaku UMKM, yang menjadi tulang punggung perekonomian nasional, menghadapi tantangan serupa. Banyak di antara mereka telah menciptakan produk khas dengan identitas merek lokal yang kuat. Namun, keterbatasan akses informasi, biaya, dan ketakutan terhadap prosedur hukum membuat banyak UMKM enggan mengurus perlindungan kekayaan intelektual yang sebenarnya sangat potensial untuk mendukung daya saing mereka [1]. Bahkan, tidak sedikit kasus di mana merek usaha UMKM hilang karena didaftarkan terlebih dahulu oleh pihak lain yang memanfaatkan celah hukum ini sebagai peluang bisnis. Hal ini tentu sangat merugikan pelaku UMKM yang selama ini telah bekerja keras membangun reputasi dan kualitas produknya.

Di sisi lain, dunia digital yang membuka begitu banyak peluang juga menyimpan tantangan serius. Pelanggaran hak cipta dan pembajakan karya semakin marak terjadi karena distribusi informasi berlangsung sangat cepat, tanpa batas, dan tanpa filter. Musik, foto, artikel, bahkan aplikasi digital bisa disalin, dijual kembali, atau diklaim sebagai milik orang lain dengan mudah. Penegakan hukum atas pelanggaran ini sering kali tertinggal dibandingkan dengan perkembangan teknologi yang sangat dinamis [19]. Kondisi ini menimbulkan kerugian tidak hanya secara materi, tetapi juga melemahkan semangat inovasi dan kreativitas pelaku usaha.

Sistem hukum Indonesia sebenarnya telah menyediakan berbagai perangkat regulasi, seperti Undang-Undang Hak Cipta, Undang-Undang Merek, dan Undang-Undang Paten. Namun, realitas di lapangan menunjukkan bahwa perangkat hukum tersebut belum sepenuhnya efektif menjawab kompleksitas tantangan di era digital. Selain ketidaksesuaian norma dengan dinamika industri kreatif, masalah lain yang muncul adalah aksesibilitas hukum yang masih terbatas, birokrasi yang rumit, dan literasi hukum yang rendah. Bagi banyak pelaku usaha, hukum masih terasa jauh baik secara fisik, prosedural, maupun psikologis. Hal ini membuat mereka enggan atau bahkan takut untuk mengurus perlindungan kekayaan intelektual, sehingga membuka peluang bagi pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab untuk mengambil keuntungan dari karya mereka.

Oleh karena itu, penguatan literasi hukum menjadi sangat penting agar pelaku usaha, khususnya UMKM dan pelaku ekonomi kreatif, memahami betul manfaat dan prosedur perlindungan HAKI. Selain itu, penyederhanaan prosedur pendaftaran dan peningkatan akses layanan hukum yang ramah bagi pelaku usaha kecil harus menjadi prioritas. Pemerintah dan lembaga terkait perlu terus berinovasi dalam memberikan pelayanan yang cepat, transparan, dan terjangkau, sehingga pelaku usaha tidak lagi merasa terbebani oleh proses administratif [7].

Di sisi penegakan hukum, peningkatan kapasitas aparat dan koordinasi antar lembaga menjadi kunci agar pelanggaran HAKI dapat ditindak secara efektif dan memberikan efek jera. Penegakan hukum yang kuat akan memberi rasa aman bagi pelaku usaha untuk terus berinovasi dan berkreasi tanpa rasa takut karya mereka dicuri atau disalahgunakan.

Dengan membangun ekosistem perlindungan HAKI yang inklusif dan responsif terhadap perkembangan zaman, Indonesia dapat mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif yang berkelanjutan. Hal ini tidak hanya menguntungkan pelaku usaha secara individual, tetapi juga memperkuat daya saing nasional di kancah global, sekaligus menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara luas [20].

Dalam kerangka akademik, isu perlindungan HAKI dapat dianalisis dengan menggunakan dua pendekatan teori: Teori Utilitarian dan Teori Keadilan. Teori utilitarian menekankan bahwa perlindungan terhadap hak cipta, merek, atau paten perlu diberikan untuk mendorong terciptanya inovasi yang bermanfaat bagi masyarakat luas. Sementara itu, teori keadilan memandang bahwa pencipta atau pemilik karya intelektual memiliki hak moral dan legal yang patut dihormati dan dilindungi. Kedua teori ini menempatkan HAKI tidak hanya sebagai hak individual, tetapi juga sebagai pendorong pembangunan ekonomi berbasis pengetahuan dan kreativitas.

Berdasarkan paparan tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perlindungan hukum terhadap Hak atas Kekayaan Intelektual (HAKI) di Indonesia diterapkan dalam praktik bisnis modern?
2. Apa saja implikasi hukum dan tantangan yang dihadapi pelaku usaha dalam melindungi HAKI di era digital?

Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam bagaimana perlindungan hukum terhadap Hak atas Kekayaan Intelektual (HAKI) diterapkan dalam praktik bisnis kontemporer di Indonesia. Fokus utamanya adalah pada pelaku usaha, khususnya UMKM dan startup, yang kerap kali menghadapi berbagai tantangan dalam mengakses dan memanfaatkan sistem perlindungan HAKI. Melalui analisis yang tidak hanya normatif, tetapi juga praktis dan reflektif, penelitian ini ingin menjawab persoalan nyata yang dihadapi pelaku usaha dari keterbatasan informasi hingga hambatan administratif dan biaya. Lebih dari itu, penelitian ini juga berupaya mengusulkan pendekatan hukum yang lebih inklusif, humanis, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi dan dinamika dunia usaha di era digital. Dengan pendekatan tersebut, diharapkan tulisan ini dapat mendorong kesadaran hukum di kalangan pelaku usaha, serta memberikan kontribusi nyata bagi perumusan kebijakan perlindungan HAKI yang lebih progresif dan berpihak pada mereka yang menjadi tulang punggung perekonomian bangsa.

METODE

Penulisan artikel ini menggunakan pendekatan normatif-yuridis, yaitu dengan menelaah peraturan perundang-undangan yang berlaku, doktrin hukum, serta pandangan akademik yang relevan terkait perlindungan Hak atas Kekayaan Intelektual (HAKI) dalam konteks bisnis modern. Pendekatan ini dipilih karena tujuan utama tulisan ini adalah untuk memahami bagaimana hukum dirumuskan dan diterapkan, serta sejauh mana efektivitasnya dalam menjawab tantangan nyata yang dihadapi pelaku usaha, khususnya di era digital.

Sumber hukum primer yang dianalisis mencakup berbagai undang-undang yang mengatur tentang kekayaan intelektual di Indonesia, seperti Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2016 tentang Paten, serta Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Di samping itu, penulis juga mengkaji peraturan pelaksana, pedoman dari Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI), dan yurisprudensi yang relevan.

Sebagai pelengkap, digunakan pula data sekunder berupa jurnal ilmiah, artikel hukum, hasil penelitian terdahulu, serta laporan tahunan dari lembaga resmi seperti DJKI. Pemilihan sumber ini dimaksudkan agar pembahasan tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga mampu menangkap realitas dan dinamika hukum HAKI dalam praktik bisnis, khususnya yang menyangkut pelaku UMKM dan startup.

Dalam proses analisis, metode yang digunakan bersifat deskriptif-analitis. Artinya, penulis tidak hanya mendeskripsikan norma-norma hukum yang ada, tetapi juga mencoba menelaah secara kritis bagaimana implementasi norma tersebut di lapangan. Penulis berusaha memahami apakah hukum telah hadir secara inklusif bagi pelaku usaha dari berbagai lapisan, atau justru masih menyisakan jarak yang membuat akses terhadap perlindungan hukum menjadi sulit dijangkau.

Dengan pendekatan ini, penulis berharap artikel ini tidak sekadar menjadi pemaparan teori, tetapi juga dapat menjadi refleksi kritis yang membumi, menyuarakan pentingnya perlindungan kekayaan intelektual sebagai bagian dari keberlanjutan usaha dan keadilan bagi para inovator di tengah arus perkembangan bisnis digital saat ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perlindungan Hukum terhadap HAKI dalam Praktik Bisnis Modern

Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) merupakan salah satu bentuk hak hukum yang diberikan kepada individu atau kelompok atas karya yang lahir dari olah pikir, kreativitas, dan kecerdasan intelektual manusia. Tidak seperti hak milik atas benda fisik seperti rumah atau kendaraan, HAKI bersifat tak berwujud, namun memiliki nilai ekonomi yang tinggi karena bersumber dari hasil intelektual manusia yang orisinal dan bermanfaat. Karya-karya ini dapat berupa ciptaan di bidang seni, sastra, teknologi, desain, simbol, merek dagang, hingga sistem atau metode yang diciptakan untuk digunakan dalam dunia bisnis, pendidikan, dan masyarakat luas.

HAKI pada dasarnya adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada seseorang atas hasil karyanya yang orisinal, baik berupa penemuan, ciptaan, maupun identitas produk yang memiliki keunikan dan kontribusi terhadap kemajuan ekonomi dan sosial masyarakat. HAKI melindungi berbagai bentuk ekspresi dari kemampuan intelektual manusia yang memiliki nilai guna dan nilai jual. Perlindungan ini tidak hanya menjamin bahwa hasil karya tidak digunakan tanpa izin oleh pihak lain, tetapi juga memberikan pengakuan dan penghargaan secara hukum atas kreativitas tersebut [3].

Lebih lanjut, HAKI mencerminkan kombinasi antara hukum, ekonomi, dan teknologi. Ia hadir bukan hanya sebagai perangkat hukum semata, tetapi juga sebagai alat strategi bisnis dan pendorong inovasi di era digital. Menurut Nainggolan, konsep HAKI mengandung tiga unsur utama, yaitu: (1) adanya hak eksklusif yang diakui dan dijamin oleh hukum, (2) hak

tersebut berasal dari kemampuan intelektual manusia seperti ide, gagasan, inovasi, dan karya kreatif lainnya, serta (3) hak tersebut memiliki nilai ekonomi yang bisa dikomersialkan dalam bentuk royalti, lisensi, maupun hak monopoli terbatas waktu [5].

Secara global, definisi HAKI yang digunakan World Intellectual Property Organization (WIPO) menggambarkan sebagai “hak atas karya yang dihasilkan dari pikiran manusia”, termasuk dalamnya penemuan, karya sastra dan seni, serta simbol, nama, dan desain yang digunakan dalam perdagangan. Ini menandakan bahwa HAKI bukan hanya soal perlindungan atas ciptaan, tetapi juga tentang peran pentingnya dalam sistem perdagangan internasional, daya saing industri, dan pengembangan ekonomi kreatif.

Dalam konteks dunia usaha, beberapa jenis Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) memiliki peran yang sangat strategis, khususnya bagi UMKM dan startup yang mengandalkan inovasi, identitas merek, dan kreativitas sebagai aset utama. Salah satu bentuk HAKI yang paling menonjol adalah merek dagang, yang berfungsi sebagai identitas dan pembeda produk atau jasa di tengah persaingan pasar. Contoh merek yang telah berkembang menjadi kekuatan bisnis di Indonesia antara lain “Tokopedia” dan “Kopi Kenangan”. Merek tidak hanya merepresentasikan reputasi dan kualitas, tetapi juga dapat dimanfaatkan sebagai aset komersial seperti lisensi atau waralaba [9].

Selain merek, paten juga menjadi bentuk HAKI yang penting, terutama dalam industri berbasis teknologi dan manufaktur. Paten memberikan perlindungan hukum atas invensi atau temuan baru yang memiliki nilai ekonomi, seperti mesin, sistem teknologi, atau formula khusus. Di sisi lain, hak cipta berperan besar dalam industri kreatif dan digital, karena melindungi karya-karya seperti desain, software, konten media, dan tulisan. Hak cipta ini bersifat otomatis sejak karya diwujudkan, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

Tak kalah penting, desain industri dan rahasia dagang juga menjadi elemen penunjang daya saing bisnis. Desain industri melindungi tampilan luar suatu produk, sementara rahasia dagang menjaga informasi strategis perusahaan yang bersifat rahasia dan bernilai ekonomis. Dengan memahami dan memanfaatkan berbagai bentuk HAKI secara tepat, pelaku usaha tidak hanya dapat melindungi hasil ciptaannya, tetapi juga memperkuat posisi mereka dalam dunia usaha yang kompetitif dan cepat berubah.

Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) di Indonesia secara yuridis telah dipertegas melalui sejumlah undang-undang sektoral yang mengatur secara spesifik berbagai jenis kekayaan intelektual sesuai dengan karakter dan objek hukumnya. Pendekatan ini dirancang agar perlindungan yang diberikan dapat tepat sasaran dan efektif dalam menghadapi berbagai dinamika perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi, dan bisnis.

Pertama, Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta menjadi payung hukum utama bagi perlindungan karya di bidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra. UU ini menegaskan bahwa hak cipta adalah hak eksklusif yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif sejak karya diwujudkan dalam bentuk nyata, tanpa harus melalui proses pendaftaran terlebih dahulu. Hal ini memberikan kemudahan sekaligus kepastian hukum bagi pencipta karya, baik berupa hak moral yang menjaga keutuhan dan pengakuan atas karya, maupun hak ekonomi yang memungkinkan pencipta mendapatkan manfaat finansial dari

karya tersebut [17]. Perlindungan ini pun terus disesuaikan dengan perkembangan zaman, termasuk karya digital dan multimedia yang kini semakin marak.

Kedua, Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2016 tentang Paten mengatur perlindungan terhadap invensi di bidang teknologi. Paten memberikan hak eksklusif kepada inventor untuk melaksanakan atau memberikan izin penggunaan invensinya dalam jangka waktu tertentu. Regulasi ini tidak hanya melindungi inovasi teknologi, tetapi juga mendorong kemajuan riset dan pengembangan di Indonesia dengan memberikan insentif hukum bagi para inovator [15].

Ketiga, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis mengatur perlindungan tanda yang membedakan barang atau jasa, termasuk merek dagang dan indikasi geografis. Merek menjadi identitas penting dalam kegiatan perdagangan, sementara indikasi geografis mengakui kualitas dan karakteristik produk yang terkait erat dengan asal daerahnya. Perlindungan ini membantu menjaga reputasi produk dan memberikan jaminan kualitas kepada konsumen [16].

Keempat, Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang melindungi informasi yang bernilai ekonomi dan dijaga kerahasiaannya oleh pemiliknya, yang menjadi keunggulan kompetitif dalam bisnis. Perlindungan rahasia dagang ini penting untuk menjaga inovasi dan strategi bisnis yang tidak ingin dipublikasikan secara luas [18].

Seluruh proses administrasi, mulai dari pendaftaran, pemeriksaan substantif, hingga penegakan hukum atas berbagai jenis HAKI tersebut, dikelola oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI). DJKI mengeluarkan berbagai peraturan teknis yang mengatur tata cara pendaftaran dan perlindungan, serta mekanisme penanganan pelanggaran. Dengan sistem yang tersusun ini, pelaku usaha dan pencipta karya mendapatkan layanan yang terstruktur dan dapat diandalkan.

Lebih jauh, pengaturan sektoral ini bukan hanya sebagai landasan hukum formal, melainkan juga sebagai instrumen strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis inovasi dan kreativitas. Dengan perlindungan hukum yang jelas dan efektif, para pencipta dan pelaku usaha dapat merasa aman untuk terus berinovasi tanpa takut karya mereka dicuri atau disalahgunakan. Hal ini pada akhirnya akan memperkuat daya saing Indonesia di tingkat nasional maupun global, serta mendorong kemajuan ekonomi yang berkelanjutan.

Dengan demikian, sistem perlindungan HAKI di Indonesia berperan penting dalam menciptakan iklim usaha yang sehat dan kondusif, yang mendukung pengembangan kreativitas dan inovasi sebagai sumber daya utama di era modern ini. Pemerintah terus berupaya menyempurnakan regulasi dan layanan agar perlindungan kekayaan intelektual dapat diakses dengan mudah oleh seluruh lapisan masyarakat, termasuk pelaku UMKM yang menjadi tulang punggung perekonomian nasional.

Pendaftaran Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) merupakan langkah strategis yang memberikan perlindungan hukum serta nilai ekonomi jangka panjang bagi pelaku usaha. HAKI mencakup hak cipta, merek dagang, paten, desain industri, dan indikasi geografis yang memberikan hak eksklusif kepada pemiliknya untuk menggunakan dan mengkomersialisasikan karya atau inovasi tersebut secara legal. Dengan pendaftaran yang sah, pemilik hak dapat menuntut pihak yang melakukan pelanggaran atau peniruan tanpa izin, sehingga risiko kerugian finansial dan reputasi dapat diminimalisir.

Perlindungan HAKI juga menjadi aset penting dalam pengembangan bisnis. HAKI terdaftar dapat digunakan sebagai jaminan kredit, sumber pendapatan melalui lisensi, dan alat ekspansi bisnis melalui waralaba. Investasi pada pendaftaran HAKI meningkatkan daya saing bisnis di pasar nasional maupun internasional, sekaligus membangun kepercayaan konsumen dan mitra bisnis. Edukasi dan sosialisasi tentang pentingnya pendaftaran HAKI menjadi kunci agar pelaku usaha, terutama UMKM dan startup, dapat mengoptimalkan perlindungan aset intelektual mereka secara maksimal [4].

Berbagai bisnis di Indonesia telah menunjukkan keberhasilan yang signifikan berkat perlindungan HAKI. Startup teknologi seperti Gojek dan Bukalapak melindungi aplikasi dan merek dagang mereka melalui pendaftaran hak cipta dan merek, sehingga inovasi teknologi dan identitas merek terlindungi dari peniruan. Perlindungan ini membantu mereka mempertahankan posisi dominan di pasar yang sangat kompetitif.

Di sektor makanan dan minuman, merek-merek seperti Kopi Kenangan dan Indomie telah menunjukkan betapa pentingnya pendaftaran merek dan desain kemasan sebagai strategi utama dalam menjaga eksklusivitas produk serta membangun reputasi yang kuat di mata konsumen. Dengan mendaftarkan merek dan desain kemasan mereka secara resmi, kedua perusahaan ini tidak hanya melindungi identitas produk dari penjiplakan dan pemalsuan, tetapi juga menciptakan nilai tambah yang signifikan dalam persaingan pasar yang semakin ketat. Perlindungan Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) memberikan rasa aman dan kepercayaan diri yang besar bagi perusahaan untuk melakukan ekspansi pasar, baik di dalam negeri maupun internasional, karena risiko kehilangan hak atas merek dan produk dapat diminimalisir secara efektif.

Lebih dari sekadar aspek hukum, pendaftaran merek dan desain kemasan juga merupakan bentuk penghargaan terhadap kreativitas dan inovasi yang telah mereka kembangkan. Hal ini sangat penting, terutama bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang sering kali menghadapi tantangan besar dalam membangun brand yang kuat dan dikenal luas. Melalui perlindungan HAKI, UMKM dapat memposisikan diri mereka sebagai bagian dari aset bangsa yang berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja. Merek bukan hanya sekadar simbol dagang, melainkan juga representasi identitas dan kualitas yang melekat pada produk. Oleh karena itu, perlindungan yang kuat terhadap merek dan desain kemasan menjadi fondasi penting bagi keberlanjutan bisnis dan daya saing nasional [8].

Dengan perlindungan HAKI yang memadai, perusahaan seperti Kopi Kenangan dan Indomie mampu menjaga keunikan produk mereka sekaligus membangun kepercayaan konsumen yang loyal. Ini membuka peluang besar untuk terus berinovasi dan berkembang tanpa takut kehilangan hak atas karya dan identitas mereka. Pada akhirnya, perlindungan HAKI bukan hanya soal menjaga hak legal, tetapi juga tentang membangun ekosistem bisnis yang sehat, berkelanjutan, dan mampu memberikan manfaat luas bagi masyarakat dan perekonomian Indonesia secara keseluruhan.

Lebih dari sekadar perlindungan, HAKI juga dapat dikomersialisasikan melalui mekanisme seperti lisensi, waralaba, atau kontrak kerjasama. Lisensi merupakan perjanjian pemberian hak penggunaan HAKI kepada pihak lain dalam jangka waktu dan ketentuan tertentu. Melalui lisensi, pemilik HAKI memperoleh pendapatan royalti sementara pihak

penerima lisensi dapat mengembangkan usaha menggunakan hak tersebut. Perjanjian lisensi harus dibuat secara tertulis dan dicatatkan secara resmi agar memiliki kekuatan hukum yang sah dan menghindari sengketa di kemudian hari [11].

Waralaba adalah sistem pengembangan bisnis yang sangat bergantung pada perlindungan HAKI, terutama merek dagang dan rahasia dagang. Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba mengatur bahwa waralaba adalah hak khusus atas sistem bisnis yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba. Perlindungan HAKI menjadi dasar legalitas waralaba, menjaga identitas dan sistem bisnis agar tidak disalahgunakan. Sistem waralaba memungkinkan bisnis berkembang pesat melalui jaringan mitra yang menggunakan merek dan sistem bisnis yang sama [13].

Kontrak IP adalah dokumen hukum yang mengatur hak dan kewajiban para pihak terkait penggunaan, pengalihan, atau komersialisasi kekayaan intelektual. Kontrak ini mengatur pembagian royalti, wilayah distribusi, durasi penggunaan, serta mekanisme penyelesaian sengketa. Keberadaan kontrak IP sangat penting untuk melindungi kepentingan pemilik HAKI dan memastikan pemanfaatan kekayaan intelektual berjalan sesuai hukum yang berlaku.

Tantangan utama dalam perlindungan HAKI di Indonesia meliputi rendahnya kesadaran pelaku usaha, terutama UMKM, akan pentingnya pendaftaran HAKI, serta proses administrasi yang masih dianggap rumit dan biaya yang relatif tinggi. Penegakan hukum terhadap pelanggaran HAKI juga perlu diperkuat agar perlindungan yang diberikan efektif dan memberikan efek jera.

Pemerintah dan lembaga terkait terus berupaya memperluas program edukasi dan fasilitasi pendaftaran HAKI, serta memanfaatkan teknologi digital untuk mempercepat proses administrasi. Kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, akademisi, dan masyarakat menjadi kunci terciptanya ekosistem perlindungan HAKI yang inklusif dan berkelanjutan, sehingga kreativitas dan inovasi anak bangsa dapat terus berkembang dan memberikan kontribusi nyata bagi kemajuan ekonomi nasional [11].

Implikasi dan Tantangan Perlindungan HAKI bagi Pelaku Usaha di Era Digital

Pendaftaran Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) memegang peranan penting dalam membantu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk meningkatkan kualitas produk sekaligus memperkuat daya saing di pasar yang semakin kompetitif. Beberapa manfaat utama yang dapat dirasakan oleh pelaku UMKM melalui pendaftaran HAKI antara lain:

1. Meningkatkan Nilai dan Kredibilitas Bisnis

Ketika sebuah produk UMKM telah didaftarkan HAKI, khususnya merek dagangnya, produk tersebut mendapat pengakuan hukum yang membuatnya lebih dipercaya oleh konsumen dan mitra bisnis. Pengakuan ini bukan hanya soal legalitas, tetapi juga memperkuat citra dan reputasi produk di mata pasar. Produk yang memiliki merek terdaftar dianggap lebih orisinal dan profesional, sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen dan daya saing di pasar domestik maupun internasional. Dengan perlindungan hukum yang jelas, produk UMKM memiliki peluang lebih besar untuk dikenal luas dan diterima dengan baik, yang pada akhirnya mendorong pertumbuhan usaha secara berkelanjutan. Keberadaan sertifikat HAKI juga

menjadi bukti bahwa produk tersebut telah melewati proses legal yang sah, sehingga memberikan nilai tambah yang signifikan dalam persaingan pasar.

2. Memberikan Perlindungan Hukum atas Inovasi dan Karya Kreatif

Pendaftaran HAKI memberikan hak eksklusif kepada pemiliknya untuk melindungi karya dan inovasi dari penjiplakan atau penyalahgunaan oleh pihak lain. Perlindungan ini sangat penting bagi pelaku UMKM karena memberikan rasa aman dan kepastian hukum dalam mengembangkan produk dan inovasi baru. Dengan adanya perlindungan yang jelas, pelaku usaha dapat lebih leluasa berkreasi tanpa takut kehilangan hak atas hasil jerih payahnya. Hal ini juga mendorong semangat kreativitas dan inovasi yang berkelanjutan, karena pelaku UMKM merasa karya mereka dihargai dan terlindungi secara hukum. Perlindungan ini tidak hanya menjaga hak pemilik, tetapi juga menciptakan iklim usaha yang sehat dan adil, sehingga mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif yang berkelanjutan.

3. Memungkinkan Komersialisasi Melalui Lisensi dan Pengalihan Hak

Selain sebagai alat perlindungan, HAKI yang terdaftar juga menjadi aset bisnis yang bernilai ekonomis. UMKM dapat memanfaatkan hak kekayaan intelektualnya untuk mendapatkan penghasilan tambahan, misalnya dengan memberikan lisensi kepada pihak lain atau menjual hak tersebut. Cara ini membuka peluang bagi UMKM untuk memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan tanpa harus mengelola seluruh proses produksi dan distribusi secara mandiri. Dengan pendaftaran HAKI, UMKM dapat melakukan ekspansi usaha melalui mekanisme lisensi, franchise, atau bahkan menjalin kerja sama strategis dengan pihak lain yang dapat membantu memperluas jangkauan produk mereka. Ini merupakan instrumen bisnis yang strategis untuk pengembangan usaha yang lebih besar dan berkelanjutan.

Pendaftaran HAKI bukan sekadar formalitas administratif, melainkan fondasi penting yang memberikan perlindungan hukum sekaligus membuka peluang bisnis yang luas bagi UMKM. Dengan kemudahan pendaftaran secara daring dan biaya yang terjangkau yang disediakan pemerintah, pelaku UMKM semakin didorong untuk melindungi kekayaan intelektual mereka. Hal ini akan memperkuat posisi UMKM dalam persaingan pasar yang semakin ketat dan mendukung pertumbuhan ekonomi nasional secara inklusif dan berkelanjutan [12].

Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) merupakan salah satu instrumen penting yang dapat melindungi karya, inovasi, dan identitas produk pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Perlindungan ini tidak hanya menjaga orisinalitas produk, tetapi juga berperan sebagai modal penting dalam memperkuat daya saing dan memperluas pasar. Namun, kenyataannya, banyak UMKM menghadapi berbagai kendala yang cukup kompleks dalam proses pendaftaran dan perlindungan HAKI.

Salah satu tantangan paling mendasar adalah kurangnya kesadaran dan pemahaman di kalangan pelaku UMKM mengenai pentingnya mendaftarkan HAKI. Banyak pelaku usaha masih melihat pendaftaran hak kekayaan intelektual sebagai hal yang rumit, memakan waktu, dan bahkan dianggap sebagai beban administratif yang tidak perlu. Padahal, pendaftaran HAKI sejatinya adalah investasi strategis yang dapat memberikan perlindungan hukum yang kuat sekaligus meningkatkan nilai produk di mata konsumen dan mitra bisnis.

Kurangnya edukasi dan sosialisasi yang efektif menjadi penyebab utama kondisi ini. Banyak pelaku UMKM yang belum mendapatkan informasi yang jelas dan mudah dipahami

tentang prosedur pendaftaran HAKI serta manfaat jangka panjangnya. Akibatnya, inovasi dan karya kreatif yang mereka hasilkan sering kali tidak terlindungi secara hukum, sehingga rentan terhadap penjiplakan dan penyalahgunaan oleh pihak lain. Hal ini tentu sangat merugikan, terutama bagi UMKM yang baru mulai membangun reputasi dan kepercayaan pasar [6].

Selain masalah pemahaman, aspek teknis dan biaya pendaftaran juga menjadi penghambat besar bagi UMKM. Proses pendaftaran HAKI di Indonesia masih dianggap cukup rumit dan memakan waktu, dengan berbagai persyaratan yang harus dipenuhi dan tahapan administrasi yang berlapis. Bagi pelaku UMKM yang memiliki keterbatasan sumber daya, hal ini menjadi tantangan berat.

Biaya pendaftaran yang relatif tinggi juga menjadi faktor penghambat. Banyak pelaku UMKM yang merasa keberatan dengan biaya yang harus dikeluarkan, sehingga memilih untuk tidak mendaftarkan hak kekayaan intelektual mereka. Studi di beberapa daerah, seperti Jawa Timur, mengungkapkan bahwa pengrajin dan pelaku usaha kreatif sering kali menunda atau bahkan mengabaikan pendaftaran HAKI karena alasan ini. Padahal, tanpa perlindungan hukum yang memadai, karya mereka berisiko disalahgunakan atau ditiru tanpa izin [2].

Perkembangan teknologi digital memang membawa angin segar sekaligus tantangan baru dalam perlindungan Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI). Di satu sisi, kemajuan teknologi membuka peluang luar biasa bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk memasarkan produk mereka secara lebih luas dan cepat. Dengan adanya platform digital seperti media sosial, marketplace, dan website, UMKM kini bisa menjangkau konsumen di berbagai daerah bahkan hingga ke mancanegara tanpa harus mengeluarkan biaya besar untuk promosi dan distribusi. Ini tentu menjadi kesempatan emas bagi mereka yang selama ini terbatas oleh ruang dan modal.

Namun, di sisi lain, era digital juga membawa tantangan yang tidak kalah besar, terutama terkait pelanggaran hak kekayaan intelektual. Konten kreatif, desain produk, merek dagang, hingga inovasi teknologi yang dihasilkan UMKM sangat rentan untuk disalin, dijiplak, atau bahkan dibajak oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab. Penyebaran konten yang begitu cepat dan mudah di dunia maya membuat pelanggaran ini sulit untuk dikontrol dan ditindaklanjuti secara hukum. Banyak pelaku UMKM yang merasa frustrasi dan kehilangan semangat karena karya keras mereka disalahgunakan tanpa izin, sementara proses penegakan hukum yang ada belum sepenuhnya mampu mengikuti laju perkembangan teknologi. Kondisi ini menuntut adanya kesadaran yang lebih besar, baik dari pelaku usaha maupun dari pemerintah dan masyarakat luas, untuk bersama-sama menjaga dan menghargai hak kekayaan intelektual agar inovasi dan kreativitas terus berkembang dan memberikan manfaat yang adil bagi semua pihak.

Penyebaran konten ilegal, plagiarisme desain secara online, dan munculnya karya yang dihasilkan oleh kecerdasan buatan (AI-generated content) semakin menyulitkan pengawasan dan penegakan hukum. Banyak pelaku UMKM yang mengalami kerugian karena karya mereka disebarluaskan tanpa izin melalui berbagai platform digital. Kondisi ini menuntut adaptasi regulasi dan mekanisme perlindungan yang lebih responsif terhadap perkembangan teknologi, agar perlindungan HAKI tetap efektif di era digital [6].

Penegakan hukum yang efektif adalah kunci utama dalam menjamin perlindungan HAKI. Namun, di Indonesia, penegakan hukum terhadap pelanggaran HAKI masih

menghadapi berbagai kendala. Terbatasnya sumber daya aparat penegak hukum, baik dari segi jumlah, keahlian, maupun sarana prasarana, menyebabkan banyak kasus pelanggaran tidak ditindaklanjuti secara optimal.

Ketidakoptimalan ini menimbulkan ketidakpercayaan di kalangan pelaku UMKM terhadap perlindungan hukum yang seharusnya mereka dapatkan. Selain itu, koordinasi antar lembaga penegak hukum juga perlu diperkuat agar proses penindakan pelanggaran dapat berjalan lebih cepat dan efektif. Tanpa penegakan hukum yang kuat, pelaku usaha akan merasa kurang termotivasi untuk mendaftarkan HAKI mereka secara resmi, yang pada akhirnya melemahkan ekosistem perlindungan kekayaan intelektual di Indonesia.

Meskipun perlindungan Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) sering dibahas dalam konteks teoritis, keberadaan kasus nyata di lapangan menjadi cermin penting tentang urgensi dan kompleksitas perlindungan ini. Kasus-kasus sengketa HAKI tidak hanya terjadi antara perusahaan besar, tetapi juga sangat sering melibatkan pelaku UMKM yang berjuang mempertahankan hak mereka di tengah persaingan yang tidak selalu adil. Adapun beberapa contoh kasus-kasus nyata sengketa HAKI, sebagai berikut.

Sengketa Merek: Konflik antara Pelaku Usaha Kecil dan Perusahaan Besar

Salah satu bentuk sengketa yang paling umum adalah sengketa merek dagang. Contohnya, seorang pengusaha kecil yang telah membangun merek lokal dengan reputasi baik, tiba-tiba menghadapi tantangan ketika perusahaan besar mendaftarkan merek yang sama atau sangat mirip. Kasus semacam ini sering terjadi karena lemahnya pemahaman dan keterbatasan sumber daya UMKM untuk melakukan pendaftaran merek secara cepat dan tepat. Tanpa pendaftaran resmi, UMKM kesulitan membuktikan kepemilikan merek mereka secara hukum, meskipun merek tersebut sudah dikenal luas oleh konsumen. Akibatnya, mereka bisa kehilangan hak atas merek yang telah dibangun dengan susah payah, yang berujung pada kerugian finansial besar dan bahkan hilangnya pangsa pasar. Kasus ini menggambarkan situasi “David melawan Goliath” di mana UMKM harus berjuang ekstra keras menghadapi perusahaan besar yang memiliki sumber daya lebih besar.

Pembajakan Konten Digital: Ancaman di Era Media Sosial

Di era digital, pelanggaran HAKI semakin beragam dan sulit dideteksi. Banyak pelaku usaha kreatif yang mengeluhkan pembajakan konten digital mereka, seperti foto produk, video promosi, atau desain grafis, yang disebarluaskan oleh akun media sosial lain tanpa izin dan tanpa atribusi. Misalnya, seorang desainer grafis UMKM yang membuat logo unik untuk produk lokalnya, tiba-tiba melihat karyanya digunakan oleh pihak lain dalam iklan komersial tanpa persetujuan. Kerugian yang dialami bukan hanya materi, tetapi juga reputasi dan nilai kreatif yang melekat pada karya tersebut. Penegakan hukum di ranah digital masih menghadapi tantangan besar karena sulitnya melacak pelaku pelanggaran dan proses hukum yang belum sepenuhnya responsif terhadap kecepatan informasi online [6].

Pemalsuan Produk: Ancaman Serius bagi Merek dan Konsumen

Kasus pemalsuan produk juga menjadi masalah serius yang terus berulang. Contohnya, produk-produk fashion lokal yang sudah memiliki merek terkenal sering dijiplak secara visual dan namanya oleh pelaku usaha lain yang tidak bertanggung jawab. Produk palsu ini biasanya memiliki kualitas yang jauh lebih rendah, sehingga merusak reputasi merek asli dan menurunkan kepercayaan konsumen. Bahkan, produk palsu yang beredar di pasaran

dapat membahayakan konsumen jika tidak memenuhi standar keamanan dan kualitas. Contoh kasus nyata adalah pemalsuan produk makanan atau kosmetik yang tidak hanya merugikan produsen asli secara finansial, tetapi juga berpotensi membahayakan kesehatan konsumen. Perlindungan hukum yang tegas dan penegakan yang efektif sangat diperlukan untuk mengatasi masalah ini agar pasar tidak dipenuhi barang-barang palsu yang merugikan semua pihak.

Sengketa Hak Cipta: Perlindungan Karya Kreatif yang Rentan

Selain merek dan produk fisik, sengketa hak cipta juga kerap terjadi, terutama di sektor ekonomi kreatif. Misalnya, seorang musisi indie yang telah menciptakan lagu orisinalnya menemukan bahwa lagunya digunakan oleh pihak lain tanpa izin dalam iklan komersial. Kasus seperti ini menunjukkan betapa rentannya karya kreatif terhadap pelanggaran, terutama jika pencipta belum mendaftarkan hak cipta secara resmi. Perlindungan hak cipta yang kuat sangat penting untuk menjaga karya seni dan budaya agar tetap menjadi milik penciptanya dan memberikan manfaat yang adil bagi mereka.

Kasus sengketa merek “Mawar Super Laundry” menjadi contoh nyata pentingnya perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Siti Wardah, pengusaha yang pertama kali menciptakan dan menggunakan merek tersebut untuk produk cairan pembersih laundry, menghadapi masalah serius ketika mereknya didaftarkan secara resmi oleh pihak lain dengan itikad tidak baik. Masalah ini muncul karena Wardah belum mendaftarkan mereknya secara resmi ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI), kemungkinan akibat keterbatasan informasi dan ketidaktahuan mengenai pentingnya pendaftaran merek. Saudara kandung dari rekan bisnis Wardah memanfaatkan celah ini dengan mendaftarkan merek “Mawar Super Laundry” atas namanya sendiri tanpa sepengetahuan Wardah, sehingga memperoleh sertifikat resmi pada April 2018. Wardah kemudian mengajukan gugatan pembatalan merek ke Pengadilan Niaga Jakarta, dan dalam proses persidangan terbukti bahwa pendaftaran merek tersebut dilakukan dengan maksud tidak jujur. Majelis hakim memutuskan membatalkan pendaftaran tersebut dan mengembalikan hak eksklusif merek kepada Wardah.

Kasus ini menegaskan bahwa pendaftaran merek sejak dini adalah langkah krusial bagi UMKM. Meskipun Wardah telah menggunakan merek tersebut terlebih dahulu dan membangun reputasi kuat, tanpa pendaftaran resmi, haknya tidak terlindungi secara hukum. Keputusan hakim yang mengedepankan asas “*first to use*” menjadi pengecualian terhadap asas “*first to file*” yang biasanya berlaku, karena terbukti adanya itikad tidak baik dari pihak yang mendaftarkan merek secara tidak sah. Selain itu, kasus ini juga menggambarkan kendala yang sering dihadapi UMKM, seperti kurangnya informasi dan kekhawatiran terhadap biaya pendaftaran yang dianggap rumit dan mahal, sehingga membuka celah bagi pihak lain untuk mengambil alih hak atas merek tersebut. Dengan kemenangan hukum Wardah, pelaku UMKM lain dapat belajar bahwa perlindungan HAKI harus menjadi prioritas sejak awal usaha. Pemerintah dan lembaga terkait perlu terus meningkatkan edukasi, menyederhanakan prosedur pendaftaran, serta memberikan dukungan agar UMKM dapat mengakses perlindungan hukum dengan mudah dan efektif demi menciptakan iklim usaha yang adil dan mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif yang berkelanjutan di Indonesia [10].

Contoh-contoh kasus di atas mengajarkan kita bahwa pendaftaran HAKI bukan sekadar formalitas, melainkan sebuah kebutuhan mendesak. Bagi pelaku UMKM, HAKI adalah benteng pertahanan pertama mereka. Namun, kepemilikan HAKI saja tidak cukup. Pemerintah, melalui aparat penegak hukum, harus memastikan adanya perlindungan hukum yang lebih kuat dan akses yang lebih mudah ke mekanisme penegakan hukum. Hal ini sangat penting untuk mendukung pertumbuhan UMKM yang menjadi tulang punggung perekonomian. Hanya dengan sinergi antara kesadaran pelaku usaha dan penegakan hukum yang efektif, kekayaan intelektual di Indonesia dapat terlindungi dengan optimal, mendorong iklim inovasi yang sehat, dan pada akhirnya, membawa kemajuan bagi bangsa.

SIMPULAN

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa Perlindungan Hak atas Kekayaan Intelektual (HAKI) di Indonesia telah didukung oleh berbagai peraturan perundang-undangan yang memberikan kepastian hukum bagi pemegang hak. Namun, efektivitas perlindungannya masih menghadapi kendala berupa rendahnya kesadaran hukum, keterbatasan akses pendaftaran, serta meningkatnya pelanggaran di era digital. Oleh karena itu, pemerintah disarankan untuk menyederhanakan prosedur pendaftaran, memperluas edukasi hukum, dan memperkuat penegakan hukum guna meningkatkan efektivitas perlindungan HAKI. Pelaku usaha, khususnya UMKM, perlu lebih proaktif dalam mendaftarkan dan mengelola aset intelektualnya. Langkah tersebut diharapkan mampu mendorong inovasi, meningkatkan daya saing, dan mendukung pertumbuhan ekonomi nasional yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

1. Bafadhal, F., Alissa, E., & Suhermi, S. (2024). Perlindungan merek dalam pengembangan usaha kecil dan menengah bidang ekonomi kreatif di Indonesia. *Zaaken: Journal of Civil and Business Law*, 5(2), 152–168.
2. Bayani, K. N., & Santoso, B. (2024). Perlindungan hukum hak kekayaan intelektual bagi produk kreatif UMKM di Jawa Timur. *UNES Law Review*, 6(3), 9519–9526.
3. Dewi, A. A. M. S., & Suryani, L. P. (2021). Perlindungan hukum terhadap hak kekayaan intelektual bagi usaha mikro kecil dan menengah di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Hukum*, 7(2), 564–575.
4. Edyson, D., & Rafi, M. (2024). Perlindungan hukum mengenai hak atas kekayaan intelektual. *Jurnal Kewarganegaraan*, 8(1), 930–939.
5. Nainggolan, B. (2021). *Pelindungan hukum kekayaan intelektual di era digital*.
6. Pangaribuan, J. S. (2024). Pengaruh hak kekayaan intelektual dan perlindungan hukum hak kekayaan intelektual bagi pemberdayaan UMKM. *Jurnal Hukum To-Ra: Hukum untuk Mengatur dan Melindungi Masyarakat*, 10(3), 456–470.
7. Pratiwi, N. P. A., & Adnyani, N. K. S. (2023). Perlindungan hukum terhadap merek sebagai hak kekayaan intelektual dalam perkembangan usaha mikro kecil dan menengah. *Jurnal Analogi Hukum*, 5(1), 1–8.
8. Radjak, F., Lahaling, H., & Beddu, S. (2024). Merek UMKM, aset bangsa: Langkah tegas pemerintah memperkuat perlindungan hukum. *Jurnal Litigasi Amsir*, 179–187.

9. Rizkia, N. D., & Fardiansyah, H. (2022). *Hak kekayaan intelektual: Suatu pengantar*. Penerbit Widina.
10. Siregar, A., Saidin, O. K., & Leviza, J. (2022). Perlindungan hukum hak atas merek pada usaha mikro kecil dan menengah. *Locus Journal of Academic Literature Review*, 161–169.
11. Situmeang, T., Jayadi, H., & Setiawan, L. (2023). Penerapan aspek kepastian hukum dalam perjanjian lisensi dan waralaba pada Putusan Nomor 394/Pdt.G/2010/PN.Jkt.Sel. *Honeste Vivere*, 34(1), 137–152.
12. Sulasno, S. (2018). Penerapan kekayaan intelektual (KI) terhadap UMKM sebagai upaya mewujudkan persaingan bisnis berkeadilan. *Ajudikasi: Jurnal Ilmu Hukum*, 2(2), 173.
13. Sudaryat, S., Sukarsa, D. E., & Ramli, A. M. (2020). Perlindungan kekayaan intelektual karya kreatif dan inovatif bisnis startup di Indonesia dalam era industri 4.0 dan society 5.0. *ACTA DIURNAL: Jurnal Ilmu Hukum Kenotariatan*, 4(1), 68–82.
14. Suhaeruddin, U. (2024). Hak kekayaan intelektual dalam era digital: Tantangan hukum dan etika dalam perlindungan karya kreatif dan inovasi. *Jurnal Hukum Indonesia*, 3(3), 122–128.
15. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2016 tentang Paten.
16. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.
17. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.
18. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang.
19. Wulandari, F. (2024). Problematika pelanggaran hak cipta di era digital. *Journal of Contemporary Law Studies*, 1(3), 99–114.
20. Yulianti, N. P. R. (2021). Legal protection of women and children in the perspective of human rights. In *Proceedings of the 3rd International Conference on Law, Social Sciences, and Education (ICLSSE 2021)* (pp. 185–190). European Alliance for Innovation.