



BRIN

BADAN RISET
DAN INOVASI NASIONAL



KEKAYAAN INTELEKTUAL PADA *START-UP* DI INDONESIA

Rika Ratna Permata et al.





KEKAYAAN INTELEKTUAL PADA *START-UP* DI INDONESIA

Diterbitkan pertama pada 2025 oleh Penerbit BRIN

Tersedia untuk diunduh secara gratis: penerbit.brin.go.id



Buku ini di bawah lisensi Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0).

Lisensi ini mengizinkan Anda untuk berbagi, mengopi, mendistribusikan, dan mentransmisi karya untuk penggunaan personal dan bukan tujuan komersial, dengan memberikan atribusi sesuai ketentuan. Karya turunan dan modifikasi harus menggunakan lisensi yang sama.

Informasi detail terkait lisensi CC BY-NC-SA 4.0 tersedia melalui tautan: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



KEKAYAAN INTELEKTUAL PADA *START-UP* DI INDONESIA

Rika Ratna Permata, Tasya Safiranita Ramli,
Reggina Salsabila Putri Gunawan, Justisiari P. Kusumah,
Svetlana Agatha Subagyo, & Gilang Sephia Alfarisi

Penerbit BRIN

© 2025 Rika Ratna Permata, Tasya Safiranita Ramli, Justisiari P. Kusumah, Svetlana Agatha Subagyo, Gilang Sephia Alfari, & Reggina Salsabila Putri Gunawan

Katalog dalam Terbitan (KDT)

Kekayaan Intelektual pada *Start-Up* di Indonesia/ Rika Ratna Permata, Tasya Safiranita Ramli, Justisiari P. Kusumah, Svetlana Agatha Subagyo, Gilang Sephia Alfari & Reggina Salsabila Putri Gunawan–Jakarta: Penerbit BRIN, 2025.

xx + 96 hlm.; 14,8 x 21 cm

ISBN 978-602-6303-78-3 (*e-book*)

- | | |
|-------------------------|--------------------|
| 1. Kekayaan intelektual | 2. <i>Start-up</i> |
| 3. Pemanfaatan | 4. Perlindungan |

346.04

Editor Akuisisi	: Noviasuti Putri Indrasari
Copy editor	: I Made Dwi Setiadi
Proofreader	: Martinus Helmiawan
Penata isi	: Hilda Yunita, Rahma Hilma Taslima
Desainer Sampul	: Hilda Yunita

Edisi Pertama : Oktober 2025




Diterbitkan oleh:

Penerbit BRIN, anggota Ikapi
Direktorat Repositori, Multimedia, dan Penerbitan Ilmiah
Gedung B.J. Habibie Lt. 8, Jl. M.H. Thamrin No. 8,
Kb. Sirih, Kec. Menteng, Kota Jakarta Pusat,
Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10340
WhatsApp: +62 811-1064-6770

E-mail: penerbit@brin.go.id

Website: penerbit.brin.go.id

 Penerbit BRIN

 @penerbit_brin

 @penerbit.brin



Daftar Isi

Daftar Tabel.....	vii
Pengantar Penerbit.....	ix
Kata Pengantar Dekan Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran	xi
Kata Pengantar Dirjen Peraturan Perundang-undangan Kemenkumham RI	xiii
Prakata	xv
Ucapan Terima Kasih.....	xix
BAB 1 <i>START-UP</i> DAN HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL	1
A. Pengertian Hak Kekayaan Intelektual.....	1
B. Pengertian dan Tujuan Pendirian <i>Start-up</i>	3
C. Peran Hak Kekayaan Intelektual bagi <i>Start-up</i>	5
D. Hubungan Hak Kekayaan Intelektual dan Perusahaan <i>Start-up</i>	6
E. Peluang dan Tantangan Perusahaan <i>Start-up</i>	12

BAB 2	TINJAUAN TERHADAP KEKAYAAN INTELEKTUAL BAGI PERUSAHAAN <i>START-UP</i>	19
	A. Hak Cipta.....	19
	B. Merek	23
	C. Paten	31
BAB 3	PELANGGARAN KEKAYAAN INTELEKTUAL PADA <i>START-UP</i>	35
	A. Hak Cipta.....	35
	B. Merek.....	39
	C. Paten	43
BAB 4	STRATEGI PEMANFAATAN DAN PELINDUNGAN HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL BAGI <i>START-UP</i>	47
	A. Hal-hal yang Harus Dipersiapkan oleh Perusahaan <i>Start-up</i> Terkait Pelindungan Kekayaan Intelektual.....	48
	B. Pemeriksaan Aset Kekayaan Intelektual (<i>IP Due Diligence</i>).....	51
	C. Pengembangan dan Pemanfaatan Aset Kekayaan Intelektual	52
	D. Lisensi Hak Kekayaan Intelektual	54
	E. Tantangan dan Solusi <i>Start-Up</i> terkait Kekayaan Intelektual	72
BAB 5	PELINDUNGAN HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL: KUNCI KESUKSESAN DAN INOVASI DI ERA <i>START-UP</i> ...	79
	Daftar Pustaka	81
	Tentang Penulis	89
	Indeks.....	95



Daftar Tabel

Tabel 3.1	Kasus Gugatan Hak Cipta antara Arman Chasan dan PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk	37
Tabel 3.2	Kasus Gugatan Merek antara PT Terbit Financial Technology dan PT Aplikasi Karya Anak Bangsa & PT Tokopedia	41
Tabel 3.3	Kasus Gugatan Paten antara BlackBerry Limited dan Snap Inc.....	44



Pengantar Penerbit

Sebagai penerbit ilmiah, Penerbit BRIN mempunyai tanggung jawab untuk terus berupaya menyediakan terbitan ilmiah yang berkualitas. Upaya tersebut merupakan salah satu perwujudan tugas Penerbit BRIN untuk turut serta membangun sumber daya manusia unggul dan mencerdaskan kehidupan bangsa sebagaimana yang diamanatkan dalam pembukaan UUD 1945.

Hak kekayaan intelektual adalah hak eksklusif yang diberikan kepada pencipta karya berdasarkan pemikiran mereka, karya tersebut memiliki bentuk, sifat, atau memenuhi kriteria tertentu berdasarkan ketentuan undang-undang yang berlaku.

Buku *Kekayaan Intelektual pada Strat-up di Indonesia* ini mengulas tentang apa itu hak kekayaan intelektual (HKI) dan peran penting HKI pada perusahaan *start-up*. Selain itu, buku ini mengulas bagaimana mengajukan HKI, kasus-kasus pelanggaran HKI, hingga dasar serta aturan tentang HKI. Perusahaan *start-up* perlu memperhatikan dan mendaftarkan perlindungan HKI yang dimiliki karena secara prinsip, HKI adalah aset berharga bagi perusahaan yang perlu dilindungi.

Dengan hadirnya buku ini, diharapkan bisa dijadikan referensi bacaan untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang pentingnya kekayaan intelektual bagi perusahaan *start-up*. Selain itu, bagi kalangan intelektual, bisa dijadikan referensi untuk mengkaji secara ilmiah atau mengadakan penelitian-penelitian terhadap kasus-kasus pelanggaran HKI pada perusahaan *start-up* di Indonesia. Akhir kata, kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu proses penerbitan buku ini.

Penerbit BRIN



Kata Pengantar Dekan Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran

Pertama-tama kita panjatkan puji dan syukur kehadiran Allah Swt. yang telah memberikan rahmat dan anugerah-Nya sehingga buku yang berjudul *Kekayaan Intelektual pada Start-up di Indonesia* dapat diterbitkan. Saya selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran turut berbangga serta mengucapkan selamat kepada segenap tim penulis atas diterbitkannya buku ini.

Sebagai negara yang terus berkembang, Indonesia memiliki potensi besar dalam menghasilkan ide cemerlang. Hak kekayaan intelektual merupakan ujung tombak inovasi. Dalam konteks *start-up*, ide-ide kreatif yang unik dan perlindungan hukum terhadapnya menciptakan fondasi yang kokoh untuk memulai dan mengembangkan bisnis.

Buku ini telah berhasil menyajikan dan mengakomodasi secara komprehensif pemahaman kepada para pembaca terkait strategi untuk mengatasi tantangan yang umum dihadapi oleh *start-up* terkait HKI. Buku ini juga memberikan gambaran praktis yang dapat membantu *start-up* mengelola aset intelektual mereka dengan lebih efektif.

Saya memberikan apresiasi dan merekomendasikan buku ini untuk dijadikan acuan pemikiran bagi para praktisi, akademisi, dan

masyarakat secara meluas dalam memahami dan memperkaya isu mengenai pemahaman dan perlindungan kekayaan intelektual dalam konteks *start-up*. Isi buku ini juga mampu memicu diskusi yang mendalam dan relevan seputar tantangan hukum di era digital.

Bandung, 2 Desember 2023

Idris, S.H., M.A.



Kata Pengantar

Dirjen Peraturan Perundang-undangan Kemenkumham RI

Dalam perkembangan ekonomi dewasa ini, *start-up* telah menjadi mesin inovasi dan pertumbuhan ekonomi modern. *Start-up* tidak hanya menjadi pendorong kemajuan teknologi dan penciptaan lapangan kerja, namun juga berkontribusi secara masif pada pembangunan ekonomi nasional.

Pembangunan ekonomi nasional tidak dapat dipisahkan dari pertumbuhan ekosistem *start-up* di Indonesia yang berkembang pesat, di mana perusahaan-perusahaan baru bermunculan setiap harinya. Hal ini didorong oleh kombinasi beberapa faktor, termasuk populasi penduduk usia muda dan produktif yang melek teknologi, lingkungan regulasi yang mendukung, dan budaya kewirausahaan yang dinamis. Tidak terkecuali dari beberapa faktor tersebut, hak kekayaan intelektual juga memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekosistem *start-up*, khususnya dalam memberikan kerangka hukum untuk perlindungan dan komersialisasi ide-ide inovatif.

Hak kekayaan intelektual menjadi salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh perusahaan *start-up* di Indonesia saat ini. Perusahaan *start-up* mengandalkan ide dan produk inovatif mereka

untuk membedakan diri mereka dari pesaing dan mendapatkan dominasi pasar di masyarakat. Tanpa perlindungan yang memadai, ide dan produk kreatif ini dapat dengan mudah ditiru atau dicuri sehingga merusak ekosistem *start-up*.

Undang-undang dan peraturan yang mengatur HKI memberikan perlindungan yang diperlukan bagi perusahaan rintisan untuk melindungi ide dan produk mereka dari pelanggaran. Peraturan perundang-undangan di bidang HKI juga menyediakan kerangka hukum bagi perusahaan *start-up* untuk mengkomersialkan ide dan produk mereka, memungkinkan untuk menghasilkan pendapatan dan mengembangkan bisnis mereka.

Oleh karenanya, saya sangat mengapresiasi Tim Penulis yang telah menyusun buku berjudul *Kekayaan Intelektual pada Start-up di Indonesia* karena memberikan gambaran umum yang komprehensif tentang pemanfaatan, perlindungan, dan masalah pelanggaran yang terkait dengan HKI di perusahaan *start-up*. Buku ini tidak hanya mencakup berbagai topik, termasuk hak cipta, hak merek, dan paten, tetapi juga memberikan panduan praktis tentang bagaimana perusahaan *start-up* dapat menavigasi lanskap hak kekayaan intelektual yang cukup kompleks di Indonesia.

Saya merekomendasikan buku ini untuk dijadikan sebagai tambahan referensi bagi setiap mahasiswa, peneliti, perusahaan *start-up*, wirausahawan, investor, pembuat kebijakan, dan siapa pun yang tertarik dengan kekayaan intelektual dan inovasi ekonomi di Indonesia.

Bandung, 2 Desember 2023

Prof. Dr. Asep Nana Mulyana, S.H., M.Hum.



Prakata

Assalamualaikum wa rahmatullahi wa barakatuh.

Alhamdulillah wa syukurillah, tiada kata yang patut terucap selain ungkapan puji dan syukur ke hadirat Allah Swt. karena dengan hidayah dan kuasa-Nya mengizinkan Tim Penulis untuk menyelesaikan buku ini dalam keadaan sehat walafiat, baik dalam melakukan penelitian untuk memperoleh data yang dibutuhkan maupun pada saat melakukan penulisan buku ini. Dengan demikian, penulisan buku dengan judul *Kekayaan Intelektual pada Start-up di Indonesia* pada akhirnya dapat diselesaikan.

Buku ini menggunakan pengistilahan “kekayaan intelektual” (KI) karena saat ini istilah “hak kekayaan intelektual” (HKI) sudah tidak lagi digunakan. Perubahan ini menyesuaikan dengan istilah “kekayaan intelektual” yang lebih umum dipakai secara internasional, sejalan dengan praktik di berbagai negara. Penyesuaian ini didasarkan pada Peraturan Presiden No. 44 Tahun 2015 tentang Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, yang menetapkan penggunaan istilah KI di tingkat nasional.

Latar belakang penyusunan karya ini muncul dari sebuah kesadaran akan kebutuhan mendesak untuk memahami secara komprehensif konsep KI dalam menghadapi perkembangan pesat ekosistem *start-up* di Indonesia, khususnya di bidang hak cipta, hak merek, dan paten. Salah satu keunggulan dan aspek unik dari karya ini terletak pada pendekatan yang komprehensif dan aplikatif dalam menggali konsep-konsep KI dan menerapkannya dalam konteks *start-up* di Indonesia.

Buku ini dirancang dengan struktur yang menyelaraskan pemahaman tentang keterkaitan antara *start-up* dan HKI serta memberikan wawasan yang komprehensif mengenai strategi pemanfaatan dan perlindungan HKI bagi perusahaan *start-up*. Bab pertama, membahas hubungan intrinsik antara konsep *start-up* dan KI, menyoroti pentingnya perlindungan hukum atas inovasi dan kreativitas dalam lingkungan bisnis yang kompetitif. Bab kedua, mengulas secara lebih mendalam tentang berbagai aspek HKI yang relevan bagi perusahaan *start-up*, termasuk hak cipta, hak merek, dan paten.

Selanjutnya pada bab ketiga, membahas tantangan dan risiko yang dihadapi oleh *start-up* terkait dengan pelanggaran HKI, serta strategi untuk mengidentifikasi, mencegah, dan menangani pelanggaran tersebut. Terakhir, bab keempat, menawarkan panduan praktis tentang bagaimana startup dapat mengoptimalkan pemanfaatan kekayaan intelektual mereka sebagai sumber nilai tambah dan daya saing, sambil melindungi hak-hak mereka dari ancaman eksternal.

Dengan strukturisasi buku ini, pembaca diarahkan untuk memperoleh pemahaman yang menyeluruh tentang peran dan pentingnya HKI dalam konteks *start-up*, serta diberikan panduan langkah demi langkah untuk mengelola dan memanfaatkannya secara efektif dalam pengembangan bisnis mereka.

Buku ini layak untuk dibaca dan dipelajari oleh kalangan akademisi, mahasiswa, dan praktisi yang tertarik dalam bidang HKI dan ekosistem *start-up* di Indonesia. Buku ini juga dapat menjadi referensi yang berharga bagi para pengusaha dan inovator yang ingin

memahami cara memanfaatkan dan melindungi HKI mereka secara efektif.

Harapan dari penulisan karya ini adalah agar dapat memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan pemahaman dan kesadaran akan pentingnya HKI dalam konteks *start-up* di Indonesia. Semoga buku ini dapat menjadi panduan yang berguna bagi para pembaca dalam mengembangkan dan melindungi inovasi mereka, serta mendorong pertumbuhan ekosistem *start-up* yang berkelanjutan.

Akhir kata, dengan karunia dan pertolongan-Nya, semoga Allah Swt. membalas segala amal baik para pembaca, serta buku ajar ini dapat bermanfaat untuk dibaca dan dipelajari baik oleh kalangan akademisi, mahasiswa, bahkan oleh praktisi yang bergerak di dalam bidangnya, sebagai bahan acuan dan referensi terkait *Hak Kekayaan Intelektual pada Start-up di Indonesia*. Demikian Tim Penulis sampaikan, terima kasih.

Wabillahirtaufik walhidayah wassalamu alaikum wa rohmatullahi wa barokatuh.

Bandung, 2 Desember 2023

Tim Penulis



Ucapan Terima Kasih

Tim Penulis menyadari bahwa dalam proses penyelesaian buku ajar ini tentu tidak terlepas dari segala bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak yang terlibat, baik secara materiel maupun morel kepada Tim Penulis. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati demi mengharapakan rida Allah Swt., Tim Penulis menghaturkan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

- 1) Rektor Universitas Padjadjaran, Prof. Dr. Rina Indiasuti, S.E., M.SIE., yang telah memberikan izin bagi Tim Penulis untuk menyelesaikan buku ini;
- 2) Direktur Riset dan Pengabdian pada Masyarakat Universitas Padjadjaran yang telah memberikan kesempatan kepada Tim Penulis untuk menyelesaikan buku ini;
- 3) Direktur Pendidikan dan Internasionalisasi Universitas Padjadjaran yang telah memberikan dukungan kepada Tim Penulis untuk menyelesaikan buku ini;
- 4) Dekan Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran Periode 2021–2024, Dr. Idris, S.H., M.A. yang telah memberikan izin dan perhatian yang sangat baik untuk Tim Penulis;

- 5) Dekan Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran yang sedang menjabat saat ini, Dr. Sigid Suseno, S.H., M.Hum, yang telah memberikan izin kepada Tim Penulis.
- 6) Wakil Dekan Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran yang telah memberikan izin bagi Tim Penulis untuk melaksanakan tahapan-tahapan ini;
- 7) Prof. Ahmad M. Ramli selaku pembina bidang Hak Kekayaan Intelektual (HKI);
- 8) Prof. Dr. Sinta Dewi Rosadi, S.H., LL.M. selaku Kepala Departemen Teknologi Informasi Komunikasi dan Kekayaan Intelektual Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran yang telah memberikan dukungannya kepada Tim Penulis;
- 9) Bapak dan Ibu staf pengajar pada Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran, atas segala bekal ilmu yang diberikan kepada Tim Penulis selama menyelesaikan buku ini;
- 10) Tim penerbit BRIN yang telah membantu dalam penerbitan buku ini.



BAB 1

START-UP DAN HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL

A. PENGERTIAN HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL

Kekayaan Intelektual (KI) adalah produk dari pikiran manusia yang diwujudkan dalam bentuk penciptaan atau penemuan. Salah satu langkah penting dalam menciptakan KI baru di era Revolusi Industri 5.0 adalah dengan meningkatkan proses inovasi dan adopsi teknologi yang lebih maju. Hal ini akan memperkuat kemampuan produksi dan mendorong daya saing. Akan tetapi, pada era *digital disruption* terdapat beberapa tantangan yang harus dihadapi dalam mendukung perkembangan KI, yaitu dalam aspek perkembangan ekonomi digital. Perkembangan ini sangat memengaruhi masyarakat Indonesia karena masyarakat masih memiliki ketergantungan dengan aspek sosial atau kultural sehingga memerlukan banyak perhatian dari pemerintah untuk menyosialisasikan dengan apa yang dinamakan Revolusi Industri 5.0.

Memasuki era Revolusi Industri 5.0, keberadaan teknologi informasi yang makin menunjukkan eksistensinya telah memengaruhi berbagai sektor kehidupan manusia. Adanya inovasi juga mendukung proses transformasi digital di bidang industri baik skala menengah

maupun skala besar. Hak kekayaan intelektual (HKI) yang merupakan wujud dari hasil karya manusia yang inovatif dan integratif menjadi makin penting untuk diberikan perlindungan. HKI merujuk pada hak eksklusif yang diberikan kepada pencipta karya berdasarkan pemikiran mereka, karya tersebut memiliki bentuk, sifat, atau memenuhi kriteria tertentu berdasarkan ketentuan undang-undang yang berlaku.

Hasil dari karya cipta manusia merupakan suatu hal yang wajib diberi penghargaan, karena untuk melakukan proses berpikir hingga menciptakan suatu produk bukanlah suatu hal yang mudah.¹ Berdasarkan pendapat Sri Redjeki Hartono, beliau memaparkan bahwa pada dasarnya HKI merupakan suatu hak yang memiliki karakteristik unik dan khusus karena diberikan oleh negara (Kurniawan, 2020). Dalam hal ini, negara memberikan hak eksklusif kepada para pencipta atas karya cipta mereka, yaitu memberikan perlindungan secara hukum agar orang lain tidak dapat menggunakan, menyalin, atau mengeksploitasi hasil ciptaan tersebut tanpa izin. Oleh karena itu, HKI menjadi hal yang inheren sekalipun pada era yang telah termodernisasi (Purba, 2005).

Teori hukum alam acap kali digunakan sebagai landasan filosofis dan moral dalam melindungi KI. Secara filosofis, teori tersebut tidak dapat dilepaskan dengan doktrin hukum alam yang berpusat pada faktor manusia itu sendiri (Purwadoko & Imanullah, 2017). Landasan moral didasarkan pada rezim dalam HKI, yang melindungi hak moral yang dimiliki oleh individu selaku pemilik HKI sehingga hak moralnya tidak dilanggar oleh orang lain. Segala perbuatan yang tidak mengindahkan eksistensi hak moral pada suatu ciptaan merupakan tindakan tidak jujur dan tidak adil sebab menghiraukan keberadaan hak moral sebagai hak yang melekat pada HKI seseorang (Purwadoko & Imanullah, 2017).

Berbicara mengenai teori hukum alam tak hanya melingkupi hak eksklusif yang dianut dalam doktrin HKI akan tetapi juga termasuk hak asasi manusia dan tentunya memerlukan perlindungan,

1 Peraturan Presiden Nomor 44 Tahun 2015 Tentang Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia. Penyebutan Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual diubah menjadi Direktorat Kekayaan Intelektual.

sebagaimana ditegaskan dalam pasal 27 ayat (2) UDHR bahwa setiap orang memiliki hak untuk dilindungi secara moral dan materil atas produksi yang dihasilkannya baik itu produksi ilmiah, sastra, maupun produksi artistik. Regulasi internasional yang merupakan salah satu kunci penting dalam pengaturan bidang HKI di tingkat global adalah *Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights* (Persetujuan TRIPs). Persetujuan TRIPs merupakan bagian dari peraturan yang dikelola oleh World Trade Organization (WTO). Sebagai anggota WTO, Indonesia secara otomatis terikat pada Persetujuan TRIPs Budiman (2019). Pasal (7) Persetujuan TRIPs menjelaskan mengenai tujuan perlindungan dan penegakan kekayaan intelektual.²

B. PENGERTIAN DAN TUJUAN PENDIRIAN START-UP

Pengertian istilah kata *start-up* berasal dari bahasa Inggris yang terdiri dari 2 (dua) kata yaitu “*start*” dan “*up*”. Istilah kata “*start*” artinya adalah mulai, sedangkan istilah kata “*up*” artinya adalah naik atau meningkat sehingga apabila 2 (dua) kata tersebut digabungkan, maka istilah *start-up* artinya adalah “mulai meningkat” atau “mulai naik”. Istilah dari kata *start-up* tersebut mengacu pada perusahaan atau bidang usaha yang memanfaatkan teknologi (Sitoresmi, 2023).

Pada awalnya, perusahaan *start-up* hanya sebuah badan usaha yang menawarkan jasa atau produk dengan cakupan pasar yang terbilang kecil, yang muncul sekitar tahun 1998-an hingga 2000-an. Pengertian *start-up* berubah menjadi perusahaan baru yang menjalankan bisnisnya dengan inovasi teknologi seiring dengan pesatnya pertumbuhan internet (Riadi, 2022). Pada masa tersebut, banyak pengusaha mulai mendirikan domain bisnisnya secara bersamaan, yang menyebabkan banyak perusahaan membuka laman pribadi dan mendorong banyak individu untuk memulai bisnis mereka sendiri (Emtrade, 2022).

2 Lihat pasal (7) *Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights* (TRIPs).

Start-up didefinisikan sebagai suatu entitas yang baru didirikan dan belum lama beroperasi. Umumnya, perusahaan-perusahaan dalam kategori *start-up* ini masih dalam proses mengembangkan dan mengidentifikasi pasar yang tepat untuk memasarkan produk mereka. Perusahaan *start-up* biasanya muncul di sektor teknologi atau industri kreatif, dan fokus pada pengintegrasian teknologi untuk menyediakan solusi yang mengisi kekosongan kebutuhan pasar atau memberikan solusi alternatif terhadap masalah tertentu.

Perkembangan perusahaan *start-up* di bidang teknologi di Indonesia terbilang cukup pesat perkembangannya, hal tersebut dipengaruhi oleh banyaknya perusahaan rintisan berbasis teknologi yang muncul di berbagai bidang, seperti properti, pendidikan, kesehatan, dan bahkan hiburan (OCBC, 2023). Beberapa contoh *start-up* diantaranya: Gojek, Traveloka, Grab, Bukalapak.com, Kitabisa.com, Uber, Tiket.com, dan lain sebagainya (Husnayain & Mawardi, 2018).

Berdasarkan pemaparan Maxmanroe (2020), perusahaan *start-up* memiliki ciri-ciri sebagai berikut (Qona'ah et al., 2021):

- 1) Perusahaan berusia kurang dari 3 tahun, menandakan tahap awal suatu perusahaan *start-up*. Fokus utama pengembangan perusahaan *start-up* adalah produk, pengujian pasar, dan membangun dasar pelanggan.
- 2) Perusahaan *start-up* hanya didukung oleh sejumlah kecil pegawai, yaitu kurang dari 20 orang, ketika pertama kali didirikan. Banyak perusahaan *start-up* dimulai dengan tim yang relatif kecil untuk menghemat biaya dan memfasilitasi komunikasi yang lebih efisien.
- 3) Pendapatan di bawah \$100.000 per tahun menunjukkan bahwa perusahaan *start-up* masih mengalami keterbatasan keuntungan, sebagian besar pendapatan harus dialokasikan untuk pengembangan perusahaan.
- 4) Perusahaan *start-up* berada dalam fase pengembangan dan umumnya fokus pada sektor teknologi, seperti misalnya dalam pengembangan aplikasi.

- 5) Umumnya, produk yang dihasilkan atau diciptakan berupa aplikasi digital atau bentuk lainnya.
- 6) Perusahaan *start-up* secara umum beroperasi melalui website ataupun media sosial.

C. PERAN HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL BAGI START-UP

Perusahaan *start-up* perlu memperhatikan dan mendaftarkan perlindungan HKI yang dimiliki, karena secara prinsip, HKI adalah aset berharga bagi perusahaan yang perlu dilindungi. Tanpa perlindungan hukum yang memadai, perusahaan *start-up* berisiko mengalami kerugian (Mariska, 2025). HKI mengacu pada kumpulan aset yang tidak berwujud yang diciptakan melalui imajinasi atau kecerdikan oleh seseorang.

Ketika perusahaan *start-up* mengajukan pendaftaran HKI, perusahaan tersebut memperoleh hak eksklusif atas kekayaan intelektual yang dimilikinya. Hak eksklusif ini memberikan pemegang hak kebebasan untuk menggunakan HKI yang dimiliki dan mengembangkan usaha *start-up* dengan aman. Hak eksklusif dapat menciptakan keunggulan kompetitif yang memungkinkan *start-up* untuk menguasai pasar dengan produk atau layanan unik tanpa adanya ancaman langsung dari pesaing yang meniru atau menggunakan teknologi serupa.

Mendaftarkan HKI juga dapat meningkatkan nilai *start-up*, terutama ketika perusahaan sedang mencari investor atau mitra bisnis. HKI menjadi aset penting yang dapat menambah daya tarik bisnis dan memberikan jaminan perlindungan terhadap risiko komersial. Selain itu, *start-up* dapat melisensikan teknologi atau produk mereka kepada pihak lain, membuka peluang pendapatan tambahan, atau menjalin kolaborasi dengan perusahaan yang lebih besar untuk memperluas skala bisnis.

Start-up sering kali mengandalkan ide-ide inovatif atau produk-produk baru sebagai fondasi bisnis mereka. Ketika karya, inovasi, dan merek atau identitas usaha dari *start-up* menjadi terkenal,

orang lain dapat melihat potensi keuntungan dari hal tersebut. Hal ini menimbulkan risiko pengambilan karya milik orang lain dan menjadikan seolah-olah karya sendiri (plagiat) kerap terjadi. Dengan mendaftarkan HKI yang dimiliki, *start-up* dapat mengurangi risiko terjadinya pelanggaran hukum yang mungkin merugikan bisnis mereka. Para pelaku usaha dapat memperoleh perlindungan hukum bagi merek, karya, dan inovasi mereka karena hak hukum atas aset intelektual tersebut telah diakui oleh perusahaan *start-up*. Hal ini penting untuk menjaga reputasi perusahaan dan mencegah perselisihan hukum di kemudian hari.

D. HUBUNGAN HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL DAN PERUSAHAAN *START-UP*

Pada era digital, setiap karya multimedia dapat diungkapkan melalui platform internet, dan munculnya fenomena perlindungan HKI melalui media internet menunjukkan pentingnya perlindungan hukum untuk karya-karya yang dipublikasikan dengan teknologi digital (Riswandi, 2009). Transformasi digital (*digital transformation*) merupakan tahap dari penggunaan teknologi tinggi, yang melibatkan perubahan yang terkait dengan implementasinya dalam semua aspek kehidupan masyarakat. Secara keseluruhan, transformasi digital mencerminkan dampak total dari proses digitalisasi di dalam masyarakat.

Transformasi tersebut dianggap sebagai fase ketiga dalam perkembangan teknologi digital. Proses ini dimulai dengan kompetensi digital, dilanjutkan dengan penggunaan digital, hingga mencapai transformasi digital. Penggunaan dan kemampuan transformatif berperan dalam meningkatkan kesadaran digital. Ekosistem digital dalam masyarakat modern, seperti negara kesejahteraan atau negara hukum, makin meluas dan tidak hanya berperan dalam administrasi pemerintahan, tetapi juga memainkan peran penting dalam aspek sosial, ekonomi, dan budaya (Ibrahim, 1997). Pendekatan ini menandakan bahwa negara tidak hanya dianggap sebagai alat kekuasaan, melainkan juga sebagai penyedia layanan dan agen pembangunan dalam ekosistem digital saat ini. *Start-up* yang bergerak di bidang teknologi sering kali

beroperasi di ekosistem yang memerlukan interaksi dengan regulasi pemerintah dan dukungan dari kebijakan digital, terutama dalam konteks ekonomi digital.

Salah satu bukti nyata transformasi digital adalah sistem informasi Western Digital Vigilant. Perusahaan ini menggunakan sistem untuk memonitor kemajuan mereka secara *real-time*. Transformasi digital melibatkan perubahan strategi pemasaran, model bisnis, operasional, produk, pendekatan pemasaran, tujuan, dan elemen-elemen lain yang terkait dengan aspek digital. Era teknologi komunikasi internet ini memberikan cara baru dikarenakan memiliki jaringan dengan sistem distribusi secara virtual (Purwanto, 2007). *Start-up* telah mengubah model bisnis tradisional menjadi lebih fleksibel, dengan memanfaatkan infrastruktur digital yang memungkinkan operasional secara *real-time*. Transformasi digital memaksa *start-up* untuk berinovasi dalam strategi pemasaran, operasional, dan pengembangan produk mereka.

Start-up sangat bergantung pada teknologi digital untuk membangun bisnis mereka. Dalam konteks transformasi digital, *start-up* sering kali berada di garis depan dalam menerapkan teknologi terbaru seperti sistem informasi, *cloud computing*, dan model bisnis berbasis internet. *Start-up* dapat memanfaatkan kemampuan transformatif dan kesadaran digital untuk lebih cepat beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Mengembangkan perangkat atau sistem untuk mengadopsi transformasi digital saja tidak cukup bagi perusahaan *start-up*, pengembangan sumber daya manusia juga harus dilakukan. Beberapa opsi yang dapat diambil oleh perusahaan melibatkan perekrutan talenta dari luar atau memberikan pelatihan kepada karyawan yang sudah ada untuk memperkuat kemampuan digital secara internal.³

Beberapa konsep transformasi digital juga mencakup konsep bebas kertas atau eliminasi penggunaan kertas. Sebagai contoh, perusahaan dapat mengadopsi kebijakan tanpa mencetak file atau

3 Istilah rekrutmen *talent* banyak digunakan pada perusahaan digital saat ini untuk mencari bakat-bakat terbaik yang dapat menjadi bagian dari perusahaan, sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

mengalami perubahan dari percetakan buku menjadi penerbit buku digital atau *e-book*. *Start-up* sering kali mengandalkan digitalisasi dalam operasional mereka untuk meningkatkan efisiensi, mengurangi biaya, dan mempercepat distribusi produk atau layanan.

Indonesia tengah mengalami transformasi digital di berbagai bidang seiring dengan peningkatan jumlah pengguna internet dan perangkat yang terhubung ke internet. Menurut prediksi Cisco, pada tahun 2020, lalu lintas *internet protocol* (IP) di Indonesia diperkirakan mencapai 2,1 *exabytes* per bulan, dengan jumlah perangkat yang terhubung ke jaringan mencapai 550,8 juta. Kenaikan penggunaan internet dan perangkat yang terhubung ini mendorong berbagai sektor, termasuk dunia usaha, untuk melakukan transformasi digital agar mampu bersaing dengan efektif dalam pasar global yang makin kompetitif. Peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia, memberikan peluang besar bagi *start-up* lokal. Ekosistem digital yang berkembang ini memungkinkan lebih banyak *start-up* muncul di sektor-sektor seperti *fintech*, *edtech*, atau *e-commerce*, memanfaatkan tren pertumbuhan pengguna internet dan perangkat yang terhubung.

Revolusi Industri 5.0 dan Society 5.0 perlu disatukan sebagai landasan nasional yang terpadu. Revolusi ini menyoroti penggunaan teknologi digital dalam berbagai sektor industri, seperti teknologi informasi, komunikasi seluler, dan perdagangan elektronik. Salah satu contoh yang berhasil dengan *sharing economy* adalah Uber sebagai salah satu contoh penerapan sistem *ride sharing* yang memungkinkan seseorang yang membutuhkan transportasi untuk mobilisasi, dipertemukan dengan seseorang yang memiliki kendaraan dan bermaksud memberikan tumpangan dengan menuntut adanya kompensasi atas maksud tersebut. *Peer-to-peer* turut memfasilitasi keduanya dalam sebuah jaringan (Masoud et al., 2017).

Konsumen tinggal melakukan pemesanan melalui aplikasi Uber kemudian aplikasi akan secara otomatis mencari pengemudi Uber yang berada di dekat konsumen, keduanya akan saling mengetahui posisi masing-masing dengan hadirnya teknologi *Global Positioning System* (GPS). Konsumen akan diberitahu estimasi waktu yang dibutuhkan oleh pengemudi untuk sampai ke konsumen dan setiap

pergerakan dari pengemudi akan terpantau dalam GPS. Setelah sampai tujuan, maka konsumen akan menerima bukti pembayaran yang dikirim melalui email konsumen. *Ride sharing* ini merupakan bentuk dari *sharing economy*. Ide dari gagasan *sharing economy* ini terbagi menjadi dua elemen penting yakni adanya barang yang dapat dibagikan yang memiliki kapasitas berlebih dan sikap atau keinginan untuk berbagi (Ranchordás, 2015). Seperti yang dikatakan oleh Yochai Benkler, bahwa kehadiran *sharing economy* dalam konteks ini disebut pula “*excess capacity*” dari berbagai barang atau kendaraan dan jasa (Calo & Rosenbalt, 2017).

Pemilik kendaraan dapat memanfaatkan kendaraan yang dimilikinya untuk membuka jasa *ride sharing* tersebut sehingga memiliki nilai ekonomis dan meningkatkan pendapatan, pemilik kendaraan hanya tinggal mendaftarkan dirinya sebagai pengemudi dan mengikuti syarat dan ketentuan dalam perjanjian kemitraan. Salah satu pakar yaitu, Profesor Henning Kagermann (dalam Agustian, 2019), seorang fisikawan yang berbicara di Forum Ekonomi Dunia mengenai digitalisasi ekonomi. Dalam pembahasan transformasi digital 4.0 yang ia uraikan, pada awalnya, fokusnya adalah pada pengembangan sistem manufaktur yang cerdas melalui pembentukan ekosistem infrastruktur teknologi yang terintegrasi dalam suatu platform. Hal ini terkait dengan latar belakang profesional Kagermann sebagai salah satu pendiri perusahaan teknologi informasi besar yang produknya digunakan oleh berbagai industri di seluruh dunia. Salah satu contoh teknologi terkait Revolusi Industri 5.0 adalah *internet of things* (IoT). Teknologi terpenting dalam Revolusi Industri 5.0 adalah *mobile computing*, *cloud-computing*, dan *big data* (Calo & Rosenbalt, 2017).

Ekonomi digital melangkah lebih lanjut pada tahap ketiga, di mana berbagai sistem bisnis terintegrasi dalam suatu ekosistem jaringan yang saling mendukung melalui kemitraan bisnis. *Start-up* sering kali menjadi bagian dari ekosistem digital yang lebih luas, di mana mereka bekerja sama dengan perusahaan besar maupun kecil untuk memanfaatkan teknologi dan jaringan yang ada. Kemitraan ini bisa berupa kolaborasi teknologi, akses pasar, atau model bisnis berbasis platform. Dalam hal tersebut, hukum memiliki peran dan kemampuan

untuk menegaskan batas yang tegas antara perilaku yang diizinkan dan yang tidak bagi semua pihak yang terlibat. Selain itu, hukum juga memberikan sarana untuk memberlakukan sanksi terhadap pelanggaran yang terjadi dan mendorong kepatuhan terhadap prinsip-prinsip yang telah diatur di dalamnya

Di Indonesia, belum ada undang-undang khusus yang mengatur aktivitas *e-commerce* berdasarkan prinsip-prinsip hukum *cyber*. Jika dibandingkan dengan beberapa negara maju, keberadaan prinsip ini adalah bagian dari kemajuan teknologi, yang melibatkan perubahan yang terkait dengan implementasinya dalam semua aspek kehidupan masyarakat. Ketiadaan regulasi yang jelas menciptakan peluang sekaligus risiko bagi *start-up* yang bergerak di bidang *e-commerce* dalam memanfaatkan celah hukum untuk berinovasi, sekaligus rentan terhadap masalah hukum di kemudian hari. Pada intinya, transformasi digital mencerminkan gambaran menyeluruh atau total dari dampak digitalisasi dalam masyarakat.

Transformasi digital juga membawa risiko. Peningkatan jumlah perangkat yang terhubung ke jaringan IT meningkatkan potensi risiko keamanan siber bagi sebuah organisasi, karena adanya banyak titik masuk yang dapat dieksploitasi oleh serangan siber. Pada tahun 2016, Indonesia bahkan mengalami hampir 91 ribu infeksi *malware*, menyumbang 26,3% dari total infeksi global. Beberapa negara, seperti Amerika Serikat, telah mengatur hukum siber (*cyber law*). Salah satu upaya internasional untuk mengurangi konflik terkait keamanan siber adalah Council of Europe Convention, yang bertujuan menetapkan regulasi yang dapat diterima oleh semua pihak terkait. Contoh risiko konkret yang muncul adalah praktik di mana produsen meminta konsumen untuk menghasilkan konten dalam aplikasi, yang kemudian dijual karena memiliki nilai ekonomi.

Kagermann (dalam Agustian, 2019) membahas konsep sistem ekonomi digital global di mana elemen-elemen ekonomi saling terhubung dalam sebuah platform besar. Saat ini, banyak perusahaan multinasional yang menjadi klien Kagermann telah mulai menerapkan sistem ini. Dalam kerangka tersebut, ribuan hingga puluhan ribu

perangkat teknologi yang diciptakannya saling berkomunikasi dan berbagi data serta informasi melintasi sektor dan negara. Kagermann memiliki visi di mana sistem ini dapat menginspirasi kerja sama antara berbagai negara untuk menciptakan sistem ekonomi digital global. Sistem ini tidak hanya dimiliki oleh satu perusahaan, tetapi menghubungkan banyak bisnis. Banyak dari bisnis-bisnis ini terutama terdapat dalam ranah *e-commerce*, yang merujuk pada ide transaksi ekonomi digital yang melibatkan internet, *world wide web*, serta aplikasi dan *browser* dalam pelaksanaannya. Pada dasarnya, *e-commerce* menggunakan teknologi digital sebagai media utama untuk melakukan transaksi ekonomi (Laudon & Trever, 2020).

Dengan pembentukan sistem *big data* yang diharapkan, Kagermann (dalam Agustian, 2019) berharap bahwa berbagai solusi untuk tantangan ekonomi dapat ditemukan. Potensialnya tidak hanya akan dirasakan oleh negara-negara besar, melainkan juga oleh negara-negara di seluruh dunia yang masih mengalami keterbatasan ekonomi. *Start-up* mampu berperan dalam memecahkan tantangan ekonomi melalui solusi berbasis *big data* dan teknologi digital. Secara global, pada saat ini konsep Society 5.0 bukanlah hanya impian Jepang semata, melainkan telah menjadi aspirasi bersama banyak negara di dunia. Ide-ide yang diutarakan oleh Kagermann mungkin akan segera diimplementasikan dalam waktu yang tidak terlalu lama ke depan. Selain membahas permasalahan tersebut, dalam World Economic Forum, khususnya dalam Robot Revolution Initiatives di Jepang, dia juga mengangkat isu-isu lain seperti keamanan informasi dan masalah sensitif lainnya.

E. PELUANG DAN TANTANGAN PERUSAHAAN START-UP

Pemanfaatan teknologi dapat menjadi katalisator bagi pertumbuhan perekonomian digital. Perekonomian digital merujuk pada integrasi antara kemajuan teknologi dan dampaknya terhadap sektor ekonomi baik mikro maupun makro (Prastyaningtyas, 2019). Data Bank Indonesia menunjukkan bahwa potensi transaksi ekonomi Indonesia

diperkirakan akan mencapai US\$150 miliar atau Rp2.064 triliun pada tahun 2025 (Prastyaningtyas, 2019). Saat ini, ekonomi digital di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Hal ini menciptakan peluang besar bagi *start-up* untuk mengambil bagian dalam pasar yang berkembang pesat, terutama di sektor *e-commerce*, seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Blibli, dan Lazada; sektor teknologi pendidikan, seperti Ruangguru, Zenius, dan Quipper; sektor aplikasi di bidang transportasi, seperti Gojek dan Grab; sektor aplikasi berbasis teknologi seperti *artificial intelligence* (AI) dan *augmented reality* (AR); dan teknologi lainnya dalam model berlangganan.

Sebagai contoh, target pasar untuk aplikasi pendidikan sangat luas, mengingat banyaknya konsumen dan tren pergeseran masyarakat dari pendidikan konvensional ke pendidikan modern. Beberapa *start-up* yang berfokus pada bidang pendidikan meliputi Ruangguru, Zenius, Quipper, dan Pahamify. Pendapatan yang diperoleh *start-up* tersebut cukup tinggi, contohnya Ruangguru yang pada tahun 2020 memperoleh pendapatan sebesar US\$63 juta, atau sekitar Rp 839 miliar. Pendapatan yang signifikan menunjukkan bahwa bisnis bimbingan belajar online atau pendidikan daring memiliki potensi yang menjanjikan. Selain itu, aplikasi pendidikan daring dianggap lebih praktis, terjangkau, dan masih memungkinkan interaksi meskipun tidak berada dalam satu ruangan fisik. Peluang ini dapat digunakan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi digital yang akan memberikan dampak positif pada pertumbuhan ekonomi nasional Indonesia.

Beberapa faktor berperan penting dalam perubahan dari ekonomi konvensional ke ekonomi digital termasuk perlindungan konsumen dan keamanan siber. Untuk mencapai lingkungan ekonomi digital yang aman dan terpercaya, diperlukan regulasi yang kuat untuk menjaga stabilitas ekonomi dan mencegah penyalahgunaan internet dalam bisnis. Dengan memperkuat kerangka hukum terkait teknologi informasi, diharapkan aplikasi pendidikan buatan Indonesia dapat terus berkembang guna mendukung pertumbuhan ekonomi.

Perkembangan teknologi yang sangat pesat memiliki dampak besar pada berbagai sektor industri, membawa masyarakat masuk ke dalam era ekonomi digital. Untuk memastikan bahwa ekonomi

digital memberikan manfaat bagi masyarakat dan pelaku usaha serta menciptakan pasar yang adil dan kompetitif, diperlukan serangkaian regulasi yang sesuai. Dalam era Society 5.0, peran teknologi dan dampaknya terhadap kehidupan manusia menimbulkan kebutuhan bagi regulator untuk membuat regulasi yang efektif. Regulasi di sektor teknologi harus relevan dengan masalah yang hendak diatur agar dapat berfungsi dengan baik sebagai pengaturan hukum (Budhijanto, 2017). Keberhasilan hukum tidak hanya bergantung pada aturan dan prinsip yang mengatur perilaku manusia dalam masyarakat, tetapi juga pada keterlibatan lembaga atau institusi dan proses implementasi yang relevan dalam kehidupan sehari-hari (Kusumaatmadja, 2006).

Indonesia, sesuai dengan ketentuan Pasal 1 ayat (3) UUD 1945, menjunjung tinggi keberadaan hukum. Tujuan hukum yaitu mengatur hubungan antarmanusia secara damai serta memelihara perdamaian di antara mereka dengan melindungi kepentingan-kepentingan manusia, seperti kehormatan, kemerdekaan jiwa, harta benda, dan kepentingan lainnya dari segala bentuk kerugian. Prinsip ini sejalan dengan isi Pasal 27 ayat (1) UUD 1945, yang menegaskan bahwa Indonesia sangat memperhatikan kedaulatan hukum sehingga warga negara dan pemerintah tunduk pada hukum dengan perlakuan yang sama dan memiliki tanggung jawab untuk menghormati hukum tersebut.

Hak dan kewajiban adalah bagian penting dari perlindungan hukum, mengingat bahwa manusia dan badan hukum merupakan subjek hukum yang terlibat dalam hubungan hukum dengan pihak lain sehingga memiliki hak dan kewajiban untuk melakukan tindakan hukum. Platform digital atau aplikasi milik *start-up*, diatur dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (“UU ITE”). UU ITE dianggap sebagai payung hukum pertama dalam pengaturan di ranah digital. Sesuai dengan regulasi tersebut, platform digital atau aplikasi yang dibuat oleh *start-up*, dapat dianggap sebagai penyelenggara sistem elektronik karena menggunakan dan mengoperasikan sistem elektronik dalam kegiatan mereka. Selain dianggap sebagai penyelenggara sistem elektronik juga dapat dianggap sebagai sistem elektronik, hal ini mengacu pada

ketentuan pasal 1 butir 5 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Beberapa regulasi dan kebijakan yang mendukung pengimplementasi aplikasi tersebut dalam memperkokoh ekonomi digital sebagai berikut.

1. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE)

Dewasa ini, perubahan dalam cara manusia menjalani kehidupan dipicu oleh perkembangan teknologi informasi yang berlangsung dengan cepat. Untuk mencegah penyalahgunaan, peraturan hukum hadir untuk menjaga keseimbangan antara perkembangan teknologi informasi dengan tetap menghormati nilai-nilai dan norma masyarakat. UU ITE mengatur ketentuan tata pelaksanaan dan pengaturan bagi platform digital atau aplikasi milik *start-up* agar dapat memanfaatkan teknologi informasi dan melakukan transaksi elektronik dengan memperhatikan beberapa asas dalam UU ITE, yaitu:⁴

- 1) Asas Kepastian Hukum
Dalam menggunakan teknologi platform digital atau aplikasi milik *start-up* harus didasarkan pada kerangka hukum untuk mendapatkan pengakuan yang jelas secara hukum, baik di dalam maupun di luar lingkungan pengadilan.
- 2) Asas Manfaat
Penggunaan platform digital atau aplikasi milik *start-up* harus didorong oleh tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan akses terhadap informasi dan pengetahuan.
- 3) Asas Kehati-hatian
Platform digital atau aplikasi milik *start-up* perlu memperhatikan segala kemungkinan risiko yang dapat menimbulkan kerugian, baik bagi penyelenggara maupun pengguna aplikasi.

⁴ Penjelasan atas Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi, dan Transaksi Elektronik (UU ITE).

4) Asas Iktikad Baik

Penyelenggaraan platform digital atau aplikasi milik *start-up* harus dilakukan dengan niat baik untuk memberikan manfaat kepada masyarakat, tanpa maksud untuk bertentangan dengan hukum atau merugikan pihak lain.

5) Asas kebebasan memilih teknologi atau netral teknologi.

Penggunaan teknologi dalam aplikasi tidak terikat pada teknologi tertentu sehingga harus dapat menyesuaikan dengan perkembangan teknologi di masa mendatang.

Kehadiran UU ITE juga memberikan dukungan bagi perubahan digital dan membantu dalam mencegah pelanggaran di ranah digital. Pemanfaatan teknologi dalam pendidikan diharapkan dapat mempercepat transformasi digital nasional karena pendidikan merupakan garda terdepan dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja (UU Cipta Kerja)

Fokus utama UU Cipta Kerja adalah untuk membuka peluang investasi yang luas, mempermudah kegiatan usaha, meningkatkan transformasi ekonomi, menyelaraskan kebijakan, dan mengurangi sektoralisme. Secara keseluruhan, UU Cipta Kerja bertujuan untuk menciptakan iklim usaha yang lebih kondusif dan kompetitif, yang pada gilirannya dapat mendorong pertumbuhan dan perkembangan *start-up* di Indonesia. Beberapa keterkaitan penting dengan ekosistem *start-up* di Indonesia, yang meliputi beberapa aspek sebagai berikut.

- 1) Kemudahan berbisnis: UU Cipta Kerja menyederhanakan proses perizinan dan regulasi, yang membuat pendirian dan operasional *start-up* menjadi lebih mudah dan cepat. Hal ini mencakup penyederhanaan prosedur perizinan usaha dan investasi yang lebih fleksibel.
- 2) Investasi asing: UU ini membuka lebih banyak sektor untuk investasi asing, yang dapat memberikan akses modal yang lebih

besar bagi *start-up*. Dengan adanya investasi asing, *start-up* dapat tumbuh lebih cepat dan memiliki akses ke teknologi serta pasar global.

- 3) Peningkatan kualitas SDM: UU Cipta Kerja mendorong peningkatan keterampilan tenaga kerja melalui pelatihan dan pendidikan vokasi. Hal ini penting bagi *start-up* yang membutuhkan tenaga kerja yang terampil dan adaptif terhadap perkembangan teknologi.
- 4) Ketenagakerjaan: regulasi ketenagakerjaan yang lebih fleksibel memberikan keuntungan bagi *start-up* dalam mengelola tenaga kerja. UU Cipta Kerja memungkinkan kontrak kerja yang lebih dinamis dan fleksibel, yang cocok dengan kebutuhan *start-up* yang sering kali memiliki model bisnis yang berubah cepat.
- 5) Digitalisasi dan teknologi: UU Cipta Kerja mendukung transformasi digital dan penggunaan teknologi informasi dalam berbagai sektor. Ini memberikan dorongan tambahan bagi *start-up* yang bergerak di bidang teknologi untuk berkembang dan berinovasi.
- 6) Infrastruktur: UU ini juga berfokus pada pengembangan infrastruktur, termasuk infrastruktur digital, yang sangat penting bagi operasional *start-up*. Infrastruktur yang baik akan mendukung konektivitas dan aksesibilitas yang lebih baik.

Secara sederhana, berbagai kemudahan yang diberikan oleh UU Cipta Kerja termasuk dalam hal perizinan, sertifikasi, pembiayaan, akses pasar, pelatihan, infrastruktur digital, penyelenggaraan sistem dan transaksi elektronik, serta iklim usaha di sektor *e-commerce*.

3. Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE)

PP PSTE mengklasifikasikan penyelenggara sistem elektronik ke dalam dua kategori, yaitu sektor publik dan swasta. Kemudian, peraturan tersebut menetapkan kewajiban bagi penyelenggara sistem elektronik dalam mengelola sistem mereka dengan persyaratan minimal, seperti

kemampuan untuk menampilkan informasi dan dokumen elektronik secara lengkap sesuai dengan periode retensi, melindungi keberadaan, integritas, dan kerahasiaan informasi elektronik, beroperasi sesuai dengan prosedur yang ada, dan memiliki mekanisme pemeliharaan yang berkelanjutan. Selain itu, terdapat larangan untuk memuat informasi atau dokumen elektronik yang bertentangan dengan undang-undang.

PP PSTE didasarkan pada upaya mendukung perkembangan teknologi informasi untuk memajukan ekonomi digital dan mempertahankan kedaulatan negara atas informasi elektronik di Indonesia. Meskipun demikian, beberapa pasal dalam PP PSTE masih memerlukan pengaturan lebih lanjut, seperti yang dijelaskan dalam penjelasan umum, terutama terkait perlindungan data pribadi dan fasilitasi penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) yang disediakan oleh pemerintah untuk memastikan kepentingan umum terjaga. PP PSTE mengatur tentang perlindungan data pribadi dalam penyelenggaraan sistem elektronik. *Start-up* yang bergerak di bidang teknologi informasi dan layanan digital harus mematuhi peraturan ini untuk melindungi data pengguna dan menjaga privasi mereka. Hal ini penting untuk membangun kepercayaan konsumen. Lebih lanjut, *start-up* juga harus memastikan bahwa sistem mereka aman dari ancaman siber mengacu pada ketentuan dari PP PSTE.



BAB 2

TINJAUAN TERHADAP KEKAYAAN INTELEKTUAL BAGI PERUSAHAAN *START-UP*

A. HAK CIPTA

Hak cipta adalah bagian dari HKI yang dapat memberikan dukungan dan keunggulan kompetitif bagi perusahaan *start-up*. Beberapa objek yang dilindungi sebagai suatu hak cipta yang erat dalam kegiatan ekonomi digital yang dilakukan oleh perusahaan *start-up* antara lain, musik, film, *software* (aplikasi *game*), dan lain-lain. Saat ini, banyak perusahaan *start-up* yang menggunakan musik sebagai objek utama dalam kegiatan ekonominya, seperti layanan *online streaming*, platform YouTube, konser *online*, dan sebagainya. Dalam proses ini, pelaku usaha tersebut memperoleh manfaat ekonomi dari penggunaan dan pemanfaatan musik sebagai salah satu sumber daya utama mereka. Pemahaman mengenai hak cipta diperlukan agar pencipta dan pemegang hak cipta dapat memutuskan strategi perusahaan berkaitan dengan pemanfaatan dan perlindungan aset hak cipta.

Hak Cipta didefinisikan sebagai hak eksklusif yang secara otomatis diberikan kepada pencipta setelah karyanya diwujudkan dalam bentuk konkret, sesuai dengan prinsip deklaratif, dengan

tetap mematuhi pembatasan yang ditetapkan dalam peraturan perundang-undangan. Hak Cipta dapat dimiliki oleh Pencipta, yaitu individu atau sekelompok individu yang menciptakan ciptaan; dan Pemegang Hak Cipta, yaitu pihak yang memperoleh hak cipta dari pencipta atau pihak lain yang diberikan hak melalui perjanjian atau warisan. Ciptaan mengacu pada semua hasil karya yang timbul dari inspirasi, kemampuan, pikiran, imajinasi, ketepatan, keterampilan, atau keahlian seseorang dalam bidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra, yang diekspresikan dalam bentuk konkret atau nyata. Regulasi yang mengatur hak cipta di Indonesia diatur dalam Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta (UU HC).

1. Ciptaan yang Dilindungi dan Masa Pelindungannya

Objek (ciptaan) adalah karya ciptaan yang bersifat asli dalam bidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra. Beberapa bentuk ciptaan yang dilindungi oleh Hak Cipta meliputi (Pasal 58 UU HC):

- 1) buku, pamflet, dan semua hasil karya tulis lainnya;
- 2) ceramah, kuliah, pidato, dan ciptaan sejenis lainnya;
- 3) alat peraga yang dibuat untuk kepentingan pendidikan dan ilmu pengetahuan;
- 4) lagu atau musik dengan atau tanpa teks;
- 5) drama, drama musikal, tari, koreografi, pewayangan, dan pantomim;
- 6) karya seni rupa dalam segala bentuk seperti lukisan, gambar, ukiran, kaligrafi, seni pahat, patung, atau kolase;
- 7) karya arsitektur;
- 8) peta; dan
- 9) karya seni batik atau seni motif lain.

Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.

Jenis karya yang dilindungi oleh hak cipta, di antaranya (Pasal 59 UU HC):

- 1) karya fotografi;
- 2) potret;
- 3) karya sinematografi;
- 4) permainan video;
- 5) program komputer;
- 6) perwajahan karya tulis;
- 7) terjemahan, tafsir, saduran, bunga rampai, basis data, adaptasi, aransemen, modifikasi dan karya lain dari hasil transformasi;
- 8) terjemahan, adaptasi, aransemen, transformasi atau modifikasi ekspresi budaya tradisional;
- 9) kompilasi Ciptaan atau data, baik dalam format yang dapat dibaca dengan program komputer atau media lainnya; dan

Berlaku selama 50 (lima puluh) tahun sejak pertama kali dilakukan Pengumuman, sedangkan ciptaan berupa karya seni terapan berlaku selama 25 (dua puluh lima) tahun sejak pertama kali dilakukan Pengumuman.

2. Hak Eksklusif

Hak Cipta merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

- a. Hak moral: hak yang melekat secara abadi pada diri pencipta, untuk:
 - 1) tetap mencantumkan atau tidak mencantumkan namanya pada salinan sehubungan dengan pemakaian ciptaannya untuk umum;
 - 2) menggunakan nama aliasnya atau samarannya;
 - 3) mengubah ciptaannya sesuai dengan keputusan dalam masyarakat;
 - 4) mengubah judul dan anak judul ciptaan; dan
 - 5) mempertahankan haknya dalam hal terjadi distorsi ciptaan, mutilasi ciptaan, modifikasi ciptaan, atau hal yang bersifat merugikan kehormatan diri atau reputasinya.

Hak moral tidak dapat dipindahtangankan selama pencipta masih hidup, tetapi pencipta dapat memberikan izin/mengalihkan hak kepada orang lain untuk memanfaatkan hak-hak ini, melalui wasiat atau alasan lain sesuai dengan ketentuan regulasi yang mengatur setelah pencipta meninggal dunia. Jika terjadi pengalihan pelaksanaan hak moral, penerima hak moral dapat menyerahkan atau menolak eksekusi haknya dengan syarat bahwa penyerahan atau penolakan hak tersebut dinyatakan secara tertulis.

- b. Hak ekonomi: hak eksklusif pencipta atau pemegang hak cipta untuk mendapatkan manfaat ekonomi atas ciptaan. Pencipta atau pemegang hak cipta memiliki hak ekonomi untuk melakukan:
- 1) penerbitan ciptaan;
 - 2) penggandaan ciptaan dalam segala bentuknya;
 - 3) penerjemahan ciptaan;
 - 4) pengadaptasian, pengaransemenan, atau pentransformasian ciptaan;
 - 5) pendistribusian ciptaan atau salinannya;
 - 6) pertunjukan ciptaan;
 - 7) pengumuman ciptaan;
 - 8) komunikasi ciptaan; dan
 - 9) penyewaan ciptaan.

Pencipta atau pemilik hak cipta memiliki hak eksklusif atas aspek ekonomis dari karyanya. Oleh karena itu, siapa pun yang ingin memanfaatkan karyanya secara ekonomi harus mendapatkan izin dari pencipta atau pemilik hak cipta tersebut. Sebagai akibatnya, setiap bentuk duplikasi atau penggunaan komersial atas karya tanpa izin yang sah dari pencipta atau pemilik hak cipta merupakan pelanggaran yang dilarang secara tegas.

3. Pendaftaran dan Pencatatan Hak Cipta

Hak Cipta berada di bawah sistem deklaratif, yang berarti hak atas karya atau pelindungannya bukanlah hasil dari pendaftaran,

tetapi dari pengumuman pertama sesuai dengan sistem tersebut. Pelindungan hukum terhadap suatu karya secara otomatis berarti bahwa karya tersebut secara hukum dilindungi sejak awal dan ide tersebut diwujudkan dalam bentuk konkret atau saat pertama kali dipublikasikan, tanpa memerlukan proses pendaftaran. Pendaftaran hanyalah proses administratif yang bukanlah kewajiban.

Pencatatan suatu karya di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) dengan penerbitan surat pencatatan hanya sekadar pengakuan hukum terhadap karya tersebut. Dengan demikian, baik karya yang terdaftar maupun yang tidak, tetap mendapat pelindungan hukum. Proses pencatatan sebenarnya hanya mencatat hak yang telah ada atau pernah dipublikasikan, bukan menciptakan hak baru.

B. MEREK

Merek bagi perusahaan *start-up* merupakan salah satu aset tidak berwujud yang dapat dilindungi dengan merek. Melindungi *brand* dengan pendaftaran merek merupakan langkah awal agar *brand* yang akan/sudah dibangun oleh suatu perusahaan akan terlindungi dari penggunaan tanpa izin oleh pihak lain.

Pada industri *start-up*, merek dagang tidak hanya dalam bentuk nama atau logo perusahaan. *Start-up* yang bergerak di bidang pengembangan *software* atau aplikasi juga dapat mendaftarkan logo dan nama untuk fitur-fitur atau layanan yang ada di dalamnya. Salah satu contohnya dapat dilihat pada PT GoTo Gojek Tokopedia. PT GoTo Gojek Tokopedia tidak hanya mendaftarkan Gojek sebagai merek dagang yang merupakan nama aplikasi yang menjadi layanan utama, tetapi juga mendaftarkan GoPay, GoFood, GoTransit, dan GoSend yang merupakan fitur-fitur tambahan dalam aplikasi Gojek (DJKI, 2023b).

Dalam sejarahnya, konsep merek awalnya digunakan dalam arti yang sangat terbatas, yaitu sebagai *badge of origin*⁵ dari penjual barang. Akan tetapi, peran merek makin berkembang seiring berjalannya

5 Menunjukkan hubungan antara barang atau jasa yang diperdagangkan dengan orang yang menjual.

waktu, menjadi lebih penting dalam berbagai aspek kehidupan. Kini, merek tidak hanya berfungsi sebagai pembeda antara satu produk dengan produk lainnya, tetapi juga menjadi simbol representasi dari pihak yang menjual barang atau jasa tersebut. Oleh karena itu, muncul argumen bahwa merek layak untuk dilindungi dalam konteks HKI (Rafianti & Amirulloh, 2008).

Merek memainkan peranan yang sangat vital dalam industri periklanan dan pemasaran karena masyarakat sering mengaitkan citra, kualitas, atau reputasi produk dan layanan dengan merek tertentu. Sebuah merek bisa menjadi aset komersial yang sangat bernilai, sering kali melampaui nilai dari aset fisik perusahaan itu sendiri (Lindsey et al., 2013). Sebagai instrumen dalam pemasaran dan periklanan, merek menyampaikan informasi penting kepada konsumen tentang produk dan layanan yang ditawarkan oleh bisnis. Nilai merek makin meningkat seiring dengan kemajuan industri periklanan, baik di tingkat nasional maupun global, serta dalam distribusi produk dan layanan (Jened, 2015). Merek adalah aset bisnis yang sangat bernilai dan merupakan komponen penting dari reputasi serta citra baik sebuah perusahaan (Ewelukwa, 2006).

Pentingnya merek dalam pemasaran produk atau layanan menekankan perlunya perlindungan yang kuat terhadap merek tersebut. Merek memiliki kemampuan untuk memengaruhi keputusan pembelian konsumen, karena konsumen sering menghubungkan merek dengan kualitas yang sudah terpercaya (Frymark, 2003). Dengan pertimbangan ini, banyak terjadi pelanggaran merek seperti pemalsuan dan praktik curang lain yang berkaitan dengan merek. Oleh karena itu, diperlukan regulasi yang memberikan jaminan hukum dan perlindungan yang komprehensif bagi para pemilik merek. Selanjutnya, akan dijelaskan tentang konsep merek, proses pendaftaran merek, persyaratan yang harus dipenuhi untuk mendaftarkan merek, jenis merek yang tidak dapat didaftarkan, dan aspek-aspek terkait regulasi hukum merek di Indonesia.

1. Pengertian Merek

Definisi merek berdasarkan Pasal 1 Angka 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU MIG) yaitu:

“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 jasa.”

Definisi merek menurut para ahli, yaitu:

- 1) Rahmi Jened memberikan rumusan bahwa:

“Merek ialah tanda untuk mengidentifikasi asal barang dan jasa (*an indication of origin*) dari suatu perusahaan dengan barang dan/atau jasa perusahaan lain. merek merupakan ujung tombak perdagangan barang dan jasa. Melalui merek, pengusaha dapat menjaga dan memberikan jaminan akan kualitas (*a guarantee of quality*) barang dan/ atau jasa yang dihasilkan dan mencegah tindakan persaingan (konkurensi) yang tidak jujur dari pengusaha lain yang beriktikad buruk yang bermaksud membonceng reputasinya (Jened, 2015).”

- 2) Thomas Mc Carthy memberikan rumusan bahwa:

“A Trademark is a designation that identifies and distinguishes a seller’s goods from those of its competitors. By attaching a trademark to its goods, a seller alerts the public that goods bearing this trademark come from that seller and are of a certain quality” (Thomas McCharty dalam Weitman, 2005).”

2. Pendaftaran Merek

Di Indonesia, proses pendaftaran merek mengikuti sistem konstitutif, hak atas sebuah merek baru akan diakui setelah berhasil didaftarkan secara resmi. Pendaftaran merupakan syarat mutlak dalam sistem konstitutif ini (Saidin, 2003), sesuai dengan ketentuan pasal 3 UU MIG

yang menyatakan bahwa “Hak atas merek diperoleh setelah merek tersebut terdaftar”.

Menurut para ahli, sistem konstitutif lebih menghadirkan kepastian hukum daripada sistem deklaratif.⁶ Emmy Pangaribuan berpendapat bahwa sistem konstitutif memberikan kepastian hukum yang lebih jelas mengenai hak atas merek kepada individu yang telah melakukan pendaftaran mereknya. Pendapat yang serupa juga diungkapkan oleh Sudargo Gautama, yang setuju bahwa sistem konstitutif lebih menjamin kepastian hukum (Saidin, 2003).

3. Syarat dan Tata Cara Permohonan Pendaftaran Merek

Syarat dan tata cara permohonan pendaftaran merek diatur dalam pasal 4 UU MIG. Adapun syarat-syaratnya adalah sebagai berikut:

- 1) Pendaftaran merek dapat diajukan oleh pemohon atau kuasanya. Permohonan tersebut juga dapat diajukan secara elektronik (melalui web) atau nonelektronik. Permohonan harus diajukan dalam bahasa Indonesia.
- 2) Dalam permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus mencantumkan:
 - a) tanggal, bulan, dan tahun permohonan;
 - b) nama lengkap, kewarganegaraan, dan alamat pemohon;
 - c) nama lengkap dan alamat kuasa jika permohonan diajukan melalui kuasa;
 - d) warna jika merek yang dimohonkan pendaftarannya menggunakan unsur warna;
 - e) nama negara dan tanggal permintaan merek yang pertama kali dalam hal permohonan diajukan dengan hak prioritas; dan
 - f) kelas barang dan/atau kelas jasa serta uraian jenis barang dan/atau jenis jasa.
- 3) Kemudian permohonan merek tersebut ditandatangani oleh pemohon atau kuasanya.

6 Sistem ini tidak mewajibkan adanya suatu pendaftaran merek untuk mendapatkan suatu hak atas merek.

- 4) Permohonan merek tersebut dilampiri dengan label merek dan bukti pembayaran biaya.
- 5) Biaya permohonan pendaftaran merek ditentukan per kelas barang dan/atau jasa.
- 6) Dalam hal merek yang didaftarkan dalam bentuk 3 (tiga) dimensi, label merek yang dilampirkan dalam bentuk karakteristik dari merek tersebut.
- 7) Dalam hal merek yang didaftarkan berupa suara, label merek yang dilampirkan berupa notasi dan rekaman suara.
- 8) Permohonan pendaftaran merek wajib dilampiri dengan surat pernyataan kepemilikan merek yang dimohonkan pendaftarannya.

Dalam kasus di mana lebih dari satu pemohon memiliki hak atas merek yang sama dan mengajukan permohonan pendaftaran, semua nama pemohon akan tercantum dengan menetapkan satu alamat sebagai alamat utama pemohon. Proses pendaftaran merek kemudian dilanjutkan setelah salah satu dari pemohon yang memiliki hak menandatangani permohonan, disertai dengan persetujuan tertulis dari semua pemohon yang terlibat.

Jika permohonan pendaftaran diajukan oleh salah satu atau beberapa pemohon yang merupakan warga negara asing atau badan hukum asing yang berkedudukan di luar negeri, langkahnya adalah permohonan pendaftaran melalui kuasa. Permohonan pendaftaran merek akan diajukan dengan kuasa yang ditunjuk secara khusus untuk tujuan ini, di mana surat kuasa harus disetujui dan ditandatangani oleh semua pihak yang memiliki hak atas merek tersebut.

Dalam proses pendaftaran merek, penting untuk memilih kelas barang dan/atau jasa yang akan didaftarkan karena perlindungan merek hanya berlaku untuk kelas tersebut. Kelas barang dan/atau jasa dalam konteks merek mengacu pada pengelompokkan bidang usaha yang dilakukan oleh pemilik merek, dan standar ini digunakan secara universal dalam perlindungan merek.

Pemilihan kelas barang dan/atau jasa yang tepat untuk didaftarkan harus sesuai dengan jenis barang dan/atau jasa yang sebenarnya hendak

atau sudah dijalankan. Apabila terjadi kesalahan dalam pengisian kelas atau jenis barang dan/atau jasa dalam formulir permohonan, Menteri memiliki kewenangan untuk mengoreksi kesalahan tersebut setelah dilakukan pemeriksaan. Jika terdapat kesalahan dalam pengisian yang tidak sesuai dengan klasifikasi yang berlaku, Menteri berwenang untuk mencoret jenis barang dan/atau jasa yang salah dalam permohonan. Dalam keadaan terjadi kesalahan penulisan kelas barang dan/atau jasa, Menteri akan melakukan koreksi sesuai dengan prosedur yang berlaku. Koreksi dan pencoretan akan diberitahukan secara tertulis kepada pemohon dalam waktu maksimal 30 (tiga puluh) hari sejak permohonan diterima. Jika jenis barang dan/atau jasa telah dicoret, pemohon berhak untuk mengajukan permohonan baru.

Setelah memenuhi syarat minimum, seperti pengisian formulir permohonan secara lengkap, melampirkan label merek, dan membayar biaya yang diperlukan, permohonan merek akan ditetapkan dengan tanggal penerimaan resmi. Menteri akan mengumumkan permohonan ini dalam Berita Resmi Merek tidak lebih dari 15 (lima belas) hari setelah diterimanya. Pengumuman ini akan tersedia selama 2 (dua) bulan dan disampaikan secara berkala oleh Menteri melalui berbagai media, baik elektronik maupun konvensional. Di dalam pengumuman tersebut dicantumkan hal-hal sebagai berikut:

- 1) nama dan alamat pemohon, termasuk kuasa jika permohonan diajukan melalui kuasa;
- 2) kelas dan jenis barang dan/atau jasa;
- 3) tanggal penerimaan;
- 4) nama negara dan tanggal penerimaan permohonan yang pertama kali dalam hal permohonan diajukan dengan menggunakan hak prioritas; dan
- 5) label merek, termasuk keterangan mengenai warna dan jika label merek menggunakan bahasa asing dan/atau huruf selain huruf latin dan/atau angka yang tidak lazim digunakan dalam bahasa Indonesia, disertai terjemahannya ke dalam bahasa Indonesia, huruf latin atau angka yang lazim digunakan dalam bahasa Indonesia, serta cara pengucapannya dalam ejaan latin.

Dalam konteks pengumuman merek tersebut, setiap individu memiliki hak untuk mengajukan keberatan sesuai dengan pasal 16 UU MIG. Pasal ini memungkinkan pihak yang berkepentingan untuk mengirimkan keberatan secara tertulis kepada Menteri selama periode pengumuman merek, dengan mengharuskan pihak yang mengajukan keberatan untuk membayar biaya yang ditentukan juga. Proses ini harus didukung dengan alasan yang jelas serta bukti yang mendukung bahwa permohonan merek yang bersangkutan tidak memenuhi syarat atau harus ditolak sesuai dengan ketentuan undang-undang ini.

Dalam waktu tidak lebih dari 14 (empat belas) hari setelah Menteri menerima keberatan, salinan surat yang berisi keberatan tersebut akan dikirimkan kepada pemohon atau kuasanya. Pemohon atau kuasanya berhak untuk merespons keberatan tersebut dengan mengajukan sanggahan kepada Menteri. Sanggahan harus diajukan secara tertulis dan dalam waktu tidak lebih dari 2 (dua) bulan sejak tanggal pengiriman salinan keberatan oleh Menteri.

Setelah mengajukan permohonan merek, ada opsi untuk melakukan perbaikan atau mengundurkan diri dari permohonan tersebut. Pasal 18 Undang-Undang Merek mengatur bahwa perbaikan hanya diizinkan untuk memperbaiki kesalahan dalam penulisan nama atau alamat pemohon atau kuasanya. Selama belum ada penerbitan sertifikat merek atau surat penolakan dari Menteri, pemohon atau kuasanya berhak untuk menarik kembali permohonan tersebut. Harap dicatat bahwa jika permohonan diajukan melalui kuasa, penarikan kembali harus disertai dengan surat kuasa yang secara spesifik menyatakan niat untuk menarik permohonan tersebut.

4. Merek yang Tidak Dapat Didaftarkan dan Ditolak

Sebuah merek agar dapat didaftarkan maka harus memenuhi syarat-syarat agar merek tersebut dapat didaftarkan. Pasal 20 UU MIG mengatur syarat-syarat apa saja yang menyebabkan merek tidak dapat didaftar yaitu:

- 1) bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan, atau ketertiban umum;

- 2) sama dengan, berkaitan dengan, atau hanya menyebut barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya;
- 3) memuat unsur yang dapat menyesatkan masyarakat tentang asal, kualitas, jenis, ukuran, macam, tujuan penggunaan barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya atau merupakan nama varietas tanaman yang dilindungi untuk barang dan/atau jasa yang sejenis;
- 4) memuat keterangan yang tidak sesuai dengan kualitas, manfaat, atau khasiat dari barang dan/atau jasa yang diproduksi;
- 5) tidak memiliki daya pembeda; dan/atau
- 6) merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum

Pasal 21 ayat (1) UU MIG memuat ketentuan mengenai penolakan pendaftaran merek yaitu permohonan ditolak jika merek tersebut mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan:

- 1) merek terdaftar milik pihak lain atau dimohonkan lebih dahulu oleh pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis;
- 2) merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis;
- 3) merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa tidak sejenis yang memenuhi persyaratan tertentu; atau
- 4) indikasi geografis terdaftar.

Selain hal-hal tersebut di atas, permohonan juga ditolak jika merek tersebut melanggar ketentuan Pasal 21 ayat (2) UU MIG yaitu:

- 1) merupakan atau menyerupai nama atau singkatan nama orang terkenal, foto, atau nama badan hukum yang dimiliki orang lain, kecuali atas persetujuan tertulis dari yang berhak;
- 2) merupakan tiruan atau menyerupai nama atau singkatan nama, bendera, lambang atau simbol atau emblem suatu negara, atau lembaga nasional maupun internasional, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang; atau
- 3) merupakan tiruan atau menyerupai tanda atau cap atau stempel resmi yang digunakan oleh negara atau lembaga pemerintah, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang.

Berdasarkan ketentuan pasal 21 ayat (3) UU MIG, permohonan ditolak jika diajukan oleh pemohon yang beriktikad tidak baik.

5. Jangka Waktu Perlindungan Merek

Merek terdaftar mendapatkan perlindungan hukum untuk jangka waktu 10 tahun sejak tanggal penerimaan permohonan pendaftaran Merek yang bersangkutan dan jangka waktu perlindungan itu dapat diperpanjang.

C. PATEN

Pengertian paten berdasarkan pasal 1 angka (1) Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2016 tentang Paten (UU Paten) adalah sebagai berikut:

“Paten adalah hak eksklusif yang diberikan oleh Negara kepada Inventor atas hasil Invensinya di bidang teknologi, yang untuk selama waktu tertentu melaksanakan sendiri Invensinya tersebut atau memberikan persetujuannya kepada pihak lain untuk melaksanakannya.”

Paten merupakan hak eksklusif yang diberikan oleh suatu negara kepada inventor atas hasil invensinya di bidang teknologi untuk jangka waktu tertentu. Inventor tidak hanya diberi hak untuk menggunakan invensinya sendiri, tetapi juga untuk memberikan izin kepada pihak lain guna memanfaatkannya. Invensi merujuk pada gagasan inovatif yang diprakarsai oleh inventor dan diimplementasikan sebagai solusi konkret terhadap tantangan teknologi, yang dapat berwujud dalam bentuk produk, proses, atau penyempurnaan serta pengembangan dari produk atau proses tersebut.

Subjek dan objek paten adalah invensi teknologi seperti proses, metode, alat, atau penyempurnaan dan pengembangan dengan masa proses pendaftaran selama 3 (tiga) hingga 6 (enam) bulan. Pelindungan pada paten diberikan untuk jangka waktu 20 (dua puluh) tahun sejak tanggal penerimaan permohonan paten, sedangkan pelindungan paten sederhana adalah 10 (sepuluh) tahun, dan tidak dapat diperpanjang.

Contoh perusahaan *start-up* yang berhasil memanfaatkan hak patennya adalah PT Spiralife Bioteknologi Indonesia (Spiralife) yang merupakan *start-up* di bidang agroteknologi yang berhasil mengembangkan produk suplemen kesehatan dan pangan olahan yang telah didaftarkan patennya, yakni fortified spirulina dan odorless spirulina (Susilawati, 2023). Melalui produk-produknya, Spiralife berhasil mendapatkan sejumlah penghargaan yang memberikan nilai ekonomi bagi pengembangan *start-up* nya.

Spiralife hanya segelintir *start-up* Indonesia yang sukses mengelola dan memanfaatkan hak patennya. Pada faktanya, banyak perusahaan *start-up* di Indonesia masih belum maksimal dalam mendapatkan perlindungan HKI. Pemahaman pentingnya perlindungan HKI di kalangan perusahaan *start-up* khususnya bagi generasi muda masih perlu ditingkatkan kesadarannya.

1. Perbedaan Paten dan Paten Sederhana

- 1) Paten: Diberikan untuk invensi yang mengandung *inovasi baru* serta memiliki tingkat langkah inventif yang lebih tinggi. Artinya, penemuan ini harus melibatkan kemajuan teknologi yang signifikan dan tidak secara mudah dihasilkan oleh seseorang yang ahli di bidangnya. Misalnya, teknologi baru yang benar-benar mengubah cara kerja atau proses dalam bidang tertentu, seperti penemuan obat baru atau metode baru untuk memproduksi suatu barang. Pelindungan hukum diberikan selama 20 tahun sejak tanggal pengajuan permohonan paten.
- 2) Paten sederhana: diberikan untuk invensi yang mengandung peningkatan atau modifikasi sederhana terhadap produk atau proses yang sudah ada. Paten sederhana biasanya tidak memerlukan langkah inventif yang tinggi, hanya modifikasi yang bersifat lebih teknis atau memperbaiki fungsi suatu produk yang sudah dikenal. Misalnya, modifikasi kecil pada desain atau mekanisme suatu alat yang sudah ada, seperti perbaikan dalam efisiensi atau penambahan fitur sederhana. Pelindungan hukum diberikan selama 10 tahun sejak tanggal pengajuan permohonan paten sederhana.



BAB 3

PELANGGARAN KEKAYAAN INTELEKTUAL PADA *START-UP*

A. HAK CIPTA

Start-up didefinisikan sebagai perusahaan rintisan yang didirikan untuk mengembangkan sebuah produk atau suatu layanan unik dengan menggunakan sistem *online* dalam melakukan pemasaran dan pengenalan produk atau layanannya. Sebagian besar *start-up* memulai bisnisnya dengan memberikan layanan melalui saluran web yang memakan biaya yang besar untuk mengembangkannya, hal tersebut demi menampilkan produk atau layanan mereka dengan gaya inovatif dan kreatif. Selain itu, *start-up* bergerak dalam pembuatan dan pengembangan perangkat lunak dan program komputer dengan pemrograman kreatif untuk memiliki daya jual dan dapat bersaing dengan *start-up* lainnya.

Salah satu aspek integral yang membedakan *start-up* dengan bisnis atau perusahaan lainnya adalah perlunya memberikan perlindungan HKI pada setiap produk *start-up*, seperti hak cipta. Hak cipta memiliki peran penting bagi *start-up*, terutama yang bergerak di bidang

teknologi, media, dan kreatif, karena melindungi produk-produk inovatif seperti perangkat lunak, desain, konten digital, dan aplikasi dari peniruan atau penggunaan tanpa izin. Terlebih untuk perusahaan rintisan teknologi, perangkat lunak dan program komputer adalah jenis pekerjaan paling umum yang memiliki hak cipta. Akan tetapi, beberapa *start-up* masih belum menyadari pentingnya memberikan perlindungan hak cipta dan menganggap pendaftaran hak cipta tidak lebih penting dari hal lainnya yang harus dilakukan untuk mengembangkan bisnisnya sehingga apabila terjadi pelanggaran terhadap karya cipta/produk mereka, sulit untuk membuktikan dan menuntut pihak yang melanggar.

Pelanggaran hak cipta yang terjadi pada *start-up* dapat terjadi atas 2 (dua) alasan, *pertama*, pelanggaran hak cipta yang disebabkan oleh pencurian ide atas karya cipta atau tindakan peniruan, penyalinan, dan plagiarisme oleh perusahaan yang lebih besar terhadap *start-up* yang baru memulai bisnisnya. *Kedua*, *start-up* tidak memperhatikan dengan baik beberapa ketentuan tentang hak cipta, seperti royalti dan juga lisensi sehingga baik secara sadar ataupun tidak telah melakukan pelanggaran hak eksklusif milik pihak lain.

Sebagai perusahaan rintisan yang sedang berkembang, memberikan perlindungan atas HKI, khususnya hak cipta menjadi penting bagi *start-up*. Beberapa hal yang harus diperhatikan yang berkaitan dengan perlindungan ciptaan baik itu ciptaan milik sendiri maupun pihak lain harus sesuai dengan apa yang diatur di dalam UU HC. Dengan memperhatikan ketentuan terkait hak cipta sesuai dengan undang-undang yang berlaku, pemilik *start-up* tidak akan dihadapkan dengan sengketa pelanggaran hak cipta dan tidak perlu mengeluarkan biaya ganti kerugian kepada pihak yang merasa dirugikan, hal ini juga sekaligus dapat membantu menjaga citra perusahaan.

Tabel 3.1 Kasus Gugatan Hak Cipta antara Arman Chasan dan PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk

Unsur	Keterangan
Nomor Perkara	86/Pdt.Sus-HKI/Cipta/2021/PN Niaga Jkt.Pst.
Pihak	1) Arman Chasan ("Penggugat"); dan 2) PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk ("Tergugat").
Jenis Gugatan	Pelanggaran hak cipta
Ringkasan Posita	<p>Penggugat merupakan sosok pelopor ojek <i>online</i> yang telah diliput di berbagai media seperti Trans TV, Metro TV, SCTV, bahkan NHK Jepang edisi bahasa Inggris. Penggugat melayani penumpang dengan metode <i>call center</i> dan hanya melayani rute Bintaro, Rempoa, Sudirman, Thamrin, dan beberapa wilayah Jakarta sekitarnya.</p> <p>Pada tahun 2008, Penggugat mendaftarkan 5 (lima) jenis hak cipta di Kantor Merek. Pendaftaran hak cipta yang didaftarkan antara lain adalah program komputer dengan judul "Metode Bisnis dan Cikal Bakal Berdirinya Ojek <i>Online</i> Pertama di Indonesia". Kemudian, pada tahun yang sama, Penggugat mengumumkan hak ciptaannya tersebut kepada publik yang dapat diakses masyarakat luas melalui www.ojebbintaro.blogspot.com.</p> <p>Lebih lanjut, Tergugat merupakan perusahaan angkutan yang melayani pelanggan melalui jasa ojek <i>online</i>. Hingga saat ini kegiatan usaha Tergugat telah beroperasi di 25 (dua puluh lima) kota besar di Indonesia termasuk Medan, Batam, Palembang, Pekanbaru, Jambi, Padang, Bandar Lampung, Jabodetabek, Bandung, Sukabumi, Yogyakarta, Semarang, Solo, Surabaya, Gresik, Malang, Sidoarjo, Balikpapan, Samarinda, Pontianak, Banjarmasin, Manado, Makassar, Denpasar, Mataram dengan rencana untuk mengembangkan kehadiran mereka di kota-kota lainnya pada tahun mendatang (GoJek, 2023).</p> <p>Bahwa Penggugat merasa keberadaan usaha Tergugat telah melanggar hak ciptaannya karena sama-sama menciptakan ojek <i>online</i>. Hal ini termasuk bahwa Tergugat dinilai telah menerapkan konsep <i>safety riding</i> yang sama dan cara berpenampilan yang rapi untuk ojek pangkalan dengan konsep Penggugat (Nasution, 2023).</p>

Unsur	Keterangan
Pertimbangan Hakim	<p>1) Bahwa Penggugat mampu menghadirkan alat-alat bukti formil dalam persidangan yang membuktikan bahwa Penggugatlah yang mempunyai hak atas hak cipta ojek <i>online</i>, dengan membuktikan adanya pencatatan dan pengumuman. Namun, hakim menilai bahwa hak cipta ojek <i>online</i> milik Tergugat merupakan karya yang sangat berbeda apabila dibandingkan dengan hak cipta ojek <i>online</i> milik Penggugat. Sehingga, kepemilikan hak cipta ojek <i>online</i> yang dimaksud Penggugat akan tetap berada padanya atau tetap menjadi miliknya, namun gugatan ganti kerugian terhadap Tergugat tidak dapat dikabulkan oleh majelis hakim karena tidak adanya pelanggaran hak cipta.</p> <p>2) Bahwa Hakim menimbang dan mengacu pada ketentuan pasal 1 ayat (1) dan Pasal 41 UU Hak Cipta yang mengatur:</p> <p>a) Pasal 1 ayat (1) UU Hak Cipta Hak Cipta yang adalah hak eksklusif pencipta yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata tanpa mengurangi pembatasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.</p> <p>b) Pasal 41 UU Hak Cipta Hasil karya yang tidak dilindungi Hak Cipta meliputi:</p> <ol style="list-style-type: none"> hasil karya yang belum diwujudkan dalam bentuk nyata; setiap ide, prosedur, sistem, metode, konsep, prinsip, temuan atau data walaupun telah diungkapkan, dinyatakan, digambarkan, dijelaskan, atau digabungkan dalam sebuah Ciptaan; dan alat, benda, atau produk yang diciptakan hanya untuk menyelesaikan masalah teknis atau yang bentuknya hanya ditujukan untuk kebutuhan fungsional.

Unsur	Keterangan
	Berdasarkan kedua pasal tersebut, Hakim menimbang bahwa yang dituduhkan kepada Tergugat tidak ditemukan adanya fakta hukum yang dapat menunjukkan Tergugat telah melakukan pelanggaran hak cipta sehingga gugatan pelanggaran hak cipta yang diajukan oleh Penggugat dianggap kabur, tidak jelas/ <i>obscure libel</i> .
	3) Bahwa Hakim menimbang bahwa Penggugat merupakan pihak yang tidak berkepentingan untuk mengajukan gugatan pelanggaran hak cipta tersebut karena Penggugat bukanlah pencipta atau pemegang hak cipta atas Gojek-PT Aplikasi Karya Anak Bangsa.
Putusan Pengadilan	Bahwa petitum yang diajukan gugatan Penggugat yang dimohonkan untuk memerintahkan Tergugat untuk membayar ganti rugi sebesar Rp10.800.000.000,- (sepuluh milyar delapan ratus juta rupiah) adalah tidak berdasar dan ditolak untuk dikabulkan.

Sumber: Diolah dari Sistem Informasi Penelusuran Perkara (SIPP), Pengadilan Negeri Jakarta Pusat (2022),.

B. MEREK

Merek pada saat ini makin berperan penting dalam dunia bisnis dan perdagangan modern. Merek dipergunakan sebagai identitas pembeda dari suatu produk barang ataupun jasa yang menggambarkan kualitas dan standar dari suatu produk. Memberikan perlindungan merek dengan cara melakukan pendaftaran merek merupakan hal penting yang harus dilakukan oleh perusahaan rintisan berbasis digital atau *start-up*. Merek yang didaftarkan dapat memberikan perlindungan hukum bagi pelaku usaha agar merek tidak digunakan oleh pihak lain sekaligus membantu membangun citra dari bisnis *start-up* sendiri agar memiliki nilai yang lebih tinggi.

Perusahaan *start-up* rata-rata menghasilkan suatu produk kreatif yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat, baik berbentuk fisik maupun nonfisik. Untuk memberikan pembeda antara satu produk dengan produk lainnya, produk tersebut harus diberikan merek. Pemberian merek pada suatu produk kreatif *start-up* perlu

diperhatikan dengan baik, yaitu dalam hal pemberian nama, logo, warna, dan identitas lainnya yang dapat menggambarkan merek tersebut. Bagi seorang pelaku usaha, khususnya *start-up*, merek memiliki peranan tersendiri yaitu dijadikan sebagai suatu aset penting untuk mendorong pertumbuhan bisnisnya, salah satunya dengan membangun *brand image* yang baik untuk menyampaikan *value* produk atau merek tersebut ke masyarakat.

Banyak dari perusahaan *start-up* yang sudah memberikan perlindungan atas mereknya seperti Gojek, Tokopedia, OVO, Traveloka, dan lain-lain. Beberapa *start-up* tersebut termasuk ke dalam *start-up* yang sudah berkembang dan dikenal oleh masyarakat luas. Ketenaran merek dari beberapa perusahaan tersebut membuka kemungkinan adanya pihak yang menggunakannya tanpa izin. Misalnya, *start-up* seterkenal Gojek, yang dipakai oleh perusahaan yang berbeda jenis bidang usaha dengan Gojek, tetapi menggunakan nama Gojek untuk mendompleng ketenaran merek Gojek yang sudah terkenal. Hal tersebut merupakan salah satu pelanggaran atas hak merek yang terjadi pada *start-up* sehingga melakukan pendaftaran merek atas produk kreatif *start-up* merupakan suatu hal yang sangat penting. Akan tetapi, masih banyak perusahaan rintisan yang mengabaikan pentingnya pendaftaran merek sebagai aset perusahaan yang memiliki nilai ekonomi.

Pelanggaran merek pada *start-up* dapat terjadi jika *start-up* menggunakan merek yang sama atau mirip dengan merek yang sudah terdaftar oleh pihak lain. Hal ini terjadi secara tidak sengaja karena kurangnya pengetahuan tentang HKI atau kurangnya pengecekan terhadap merek yang sudah terdaftar sebelumnya. Akibat dari adanya pelanggaran merek, *start-up* dapat mengalami tuntutan hukum dari pemilik merek terdaftar. Tuntutan ini dapat berupa gugatan perdata yang meminta kompensasi atas kerugian finansial maupun tuntutan pidana.

Tabel 3.2 Kasus Gugatan Merek antara PT Terbit Financial Technology dan PT Aplikasi Karya Anak Bangsa & PT Tokopedia

Unsur	Keterangan
Nomor Perkara	71/Pdt.Sus-HKI/Merek/2021/PN Niaga Jkt.Pst.
Pihak	<p>Penggugat: PT Terbit Financial Technology</p> <p>Tergugat: 1) PT Aplikasi Karya Anak Bangsa 2) PT Tokopedia</p>
Jenis Gugatan	Pelanggaran merek
Ringkasan Posita	<p>GoTo yang merupakan hasil merger dari Gojek dan Tokopedia dilaporkan oleh PT Terbit Financial Technology (selanjutnya disebut TFT) pada 2 November 2021 dengan nomor perkara 71/Pdt.Sus-HKI/Merek/2021/PN Niaga Jkt. Pst. karena diduga memakai nama produk yang serupa yaitu GOTO yang telah didaftarkan oleh TFT pada 25 Mei 2021 dengan nomor pendaftaran IDM000858218 kelas 42 yang akan diberikan perlindungan dalam jangka waktu 10 Maret 2020 sampai 10 Maret 2030. GOTO oleh TFT merupakan aplikasi perangkat lunak komputer yang dapat diprogram untuk perangkat seluler, TV, dan lain-lain. Sementara nama GoTo (Gojek Tokopedia) juga telah terdaftar di DJKI pada 27 Oktober 2021 dengan nomor pendaftaran IDM000903101 dan merupakan merek yang dilindungi untuk jangka waktu 5 Maret 2021 sampai 5 Maret 2031 (Suwiknyo, 2022).</p> <p>PT Terbit Financial Technology merupakan perusahaan <i>start-up</i> digital yang menyediakan platform perdagangan terpadu. Pihak PT Terbit Financial Technology menyatakan bahwa sesuai dengan prinsip sistem pendaftaran merek yang dianut oleh Indonesia yaitu sistem <i>first to file</i>, seharusnya Dirjen KI tidak mengabulkan izin kepada siapa pun yang mendaftarkan merek yang sama pada pokoknya maupun keseluruhan kepada pendaftar baru karena merek GOTO sudah terlebih dahulu didaftarkan dan terdaftar milik PT Terbit Financial Technology.</p>

Unsur	Keterangan
	<p>Perbedaan atas merek yang dimiliki oleh PT Terbit Financial Technology dengan yang dimiliki oleh pihak Gojek dan Tokopedia hanya terletak pada penggunaan huruf kapital saja, sedangkan penulisan dan pelafalannya sama. Milik PT Terbit Financial Technology yaitu GOTO, sedangkan milik Gojek dan Tokopedia yaitu GoTo yang merupakan singkatan dari Gojek dan Tokopedia. Dalam konteks ini, DJKI menjelaskan bahwa keputusannya untuk memberikan sebagian merek barang/jasa kepada GoTo disebabkan oleh perbedaan merek yang didaftarkan dengan milik PT Terbit Financial Technology, meskipun keduanya terdaftar dalam kelas barang/jasa yang sama, yakni kelas 42. Meskipun begitu, merek GoTo tidak sepenuhnya dapat dikuasai oleh Gojek dan Tokopedia, dikarenakan tidak semua jenis barang dan/atau jasa diberikan untuk kedua <i>unicorn</i> tersebut. Terdapat beberapa permohonan perlindungan barang/jasa merek yang ditolak pendaftarannya karena kesamaannya dengan milik PT Terbit Financial Technology (Lafley & Martin, 2013).</p>
	<p>Dalam menilai penerimaan suatu merek, acuan utamanya adalah pasal 20 dan 21 dari Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, khususnya pasal 21 ayat (1) huruf a. Pasal tersebut menyatakan bahwa permohonan merek dapat ditolak jika memiliki kesamaan pada inti atau keseluruhan dengan merek terdaftar yang dimiliki oleh pihak lain yang telah mengajukan permohonan terlebih dahulu kepada DJKI untuk barang dan/atau jasa yang sejenis. Fokus yang perlu diperhatikan adalah aspek “barang dan/atau jasa yang sejenis” daripada sekadar kelas yang sama. Dalam kasus ini, yang dipermasalahkan adalah persamaan penulisan, pelafalan, dan kelas yang terdaftar yaitu kelas 42. GoTo milik Gojek dan Tokopedia juga terdaftar di kelas merek lainnya, yaitu kelas 9, 36, dan 39.</p>

Unsur	Keterangan
Putusan Pengadilan	<ol style="list-style-type: none"> 1) Mengabulkan eksepsi mengenai kewenangan mengadili (kompetensi absolut) yang diajukan oleh Tergugat I dan Tergugat II; 2) Menyatakan Pengadilan Niaga tidak berwenang mengadili perkara gugatan Hak Kekayaan Intelektual Merek Nomor 71/Pdt.Sus-HKI/Merek/2021/PN Niaga Jkt.Pst tersebut; 3) Menghukum Penggugat untuk membayar biaya perkara sejumlah Rp2.500.000,00 (dua juta lima ratus ribu rupiah).

Sumber: Diolah dari Direktori Putusan Mahkamah Agung Republik Indonesia (2022)

C. PATEN

Pelanggaran hak paten pada *start-up* di Indonesia merupakan tantangan serius dalam menghadapi dinamika bisnis yang pesat dan persaingan yang ketat. Hak paten memberikan perlindungan eksklusif terhadap inovasi, teknologi, atau produk tertentu, dan pelanggaran dapat memiliki dampak besar baik bagi pemilik hak paten maupun bagi perkembangan ekosistem *start-up* secara keseluruhan. Hak paten memberikan keunggulan kompetitif dengan memberikan pemiliknya hak eksklusif untuk memproduksi, menggunakan, dan menjual produk atau teknologi inovatifnya. Hal ini memberikan insentif untuk berinvestasi dalam riset dan pengembangan, mendorong inovasi, dan mendukung pertumbuhan ekonomi.

Namun, di tengah upaya untuk berinovasi, *start-up* rentan terhadap pelanggaran hak paten. Ancaman tersebut dapat muncul dalam berbagai bentuk, seperti penggunaan teknologi yang dilindungi oleh paten tanpa izin, reproduksi produk yang telah dipatenkan, atau pengembangan produk yang mirip dengan yang telah dipatenkan oleh pihak lain. Pelanggaran hak paten dapat menyebabkan dampak serius pada *start-up*, termasuk tuntutan hukum yang dapat menghabiskan sumber daya, denda yang signifikan, atau bahkan penghentian produksi dan penjualan produk yang melanggar hak paten. Selain itu, reputasi perusahaan dapat tercoreng, dan kepercayaan pelanggan bisa terganggu.

Tabel 3.3 Kasus Gugatan Paten antara BlackBerry Limited dan Snap Inc.

Unsur	Keterangan
No. Perkara	CV 18-2693-GW-KSx (C.D. Cal. Nov. 15, 2019)
Pihak	BlackBerry Limited (" Penggugat "); dan Snap Inc. (" Tergugat ").
Negara	Amerika Serikat
Sistem Hukum	Common law
Jenis Gugatan	Gugatan pelanggaran paten
Ringkasan Posita	<p>Penggugat merasa bahwa Tergugat telah melanggar 4 (empat) patennya dalam pengembangan aplikasi Snapchat. Pelanggaran perlindungan paten tersebut di antaranya adalah:</p> <p><i>Previewing a new event on a small screen device</i> (US Patent No. 8,209,634);</p> <p><i>Handheld electronic device and associated method providing time data in a messaging environment</i> (US Patent No. 8,301,713);</p> <p><i>System and method for switching between an instant messaging conversation and a game in progress</i> (US Patent No. 8,677,250); dan</p> <p><i>System and method for silencing notifications for a message threat</i> (US Patent No. 8,677,250).</p> <p>Penggugat menciptakan paten tersebut sebagai suatu teknik penyederhanaan notifikasi sehingga pengguna tidak dipenuhi dengan banyaknya tampilan. Namun, kehadiran 4 (empat) paten yang dimiliki Penguat telah memberikan efek kerugian Penguat karena Tergugat diduga menyalin paten milik Penguat tanpa izin sehingga banyak pelanggan yang beralih dari menggunakan aplikasi milik Penguat yaitu BlackBerry Messenger (BBM) beralih menjadi menggunakan aplikasi milik Tergugat yaitu SnapChat.</p> <p>Kerugian Penguat dirasakan karena telah menginvestasikan milyaran dolar dan waktu selama beberapa tahun 2018 terakhir. Kerugian investasi yang dilakukan Penguat termasuk melakukan penelitian, pengembangan dan pengajuan klaim paten di berbagai bidang teknologi.</p>

<i>Unsur</i>	<i>Keterangan</i>
Pertimbangan Juri	Para juri mempertimbangkan bahwa 4 (empat) paten yang dimiliki Penggugat tidak sah dan tidak berdasar berdasarkan Pasal 101 Undang-Undang Paten Amerika Serikat.
Putusan Pengadilan	Pengadilan memutuskan bahwa Penggugat dan Tergugat akan menyelesaikan perkara secara damai.

Sumber: Diolah dari CaseText (2019)



BAB 4

STRATEGI PEMANFAATAN DAN PELINDUNGAN HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL BAGI *START-UP*

Setelah pada bab-bab sebelumnya telah dijelaskan mengenai HKI maka pada bab ini akan dibahas mengenai strategi perlindungan HKI bagi perusahaan *start-up*. Tidak cukup hanya memahami hukum HKI, tetapi butuh strategi untuk melindungi dan memanfaatkan HKI agar perusahaan *start-up* dapat bertahan dan berkembang dalam dunia usaha.

Strategi secara sederhana adalah pilihan. Strategi lebih jelasnya adalah sekumpulan pilihan yang terintegrasi yang dapat memberikan keuntungan yang berkelanjutan atau keunggulan superior terhadap competitor (Lafley & Martin, 2013). Strategi dalam perlindungan KI adalah memilih dari sekumpulan pilihan yang ada dan memutuskan pilihan mana yang hendak diambil oleh perusahaan dalam melindungi KI mereka. Di bab ini akan dijelaskan mengenai strategi tersebut agar perusahaan *start-up* dapat memperoleh manfaat maksimal dan keunggulan dengan memanfaatkan dan melindungi aset kekayaan intelektual mereka.

A. HAL-HAL YANG HARUS DIPERSIAPKAN OLEH PERUSAHAAN *START-UP* TERKAIT PELINDUNGAN KEKAYAAN INTELEKTUAL

Awal mula berkembangnya perusahaan *start-up* adalah dari sebuah ide. Ide tersebut melahirkan sebuah konsep yang akhirnya dieksekusi menjadi sebuah bisnis yang menghasilkan laba. Sebuah ide tidak bernilai kecuali sudah diwujudkan ke dalam suatu bentuk. Perlu disadari bahwa merubah sebuah ide abstrak menjadi sebuah bisnis yang menghasilkan adalah suatu proses yang penuh perjuangan, sulit dan menghabiskan biaya yang tidak sedikit. Dapat dianalogikan bahwa KI adalah jantung dari perusahaan *start-up*. Untuk itulah diperlukan suatu perlindungan atas usaha untuk mewujudkan ide menjadi sebuah bisnis.

Salah satu bentuk perlindungan terhadap bisnis tersebut adalah perlindungan hukum terhadap KI. KI adalah aset bisnis berharga yang seharusnya dikelola, dikembangkan, dan dilindungi semaksimal mungkin oleh perusahaan *start-up*. Berikut adalah beberapa keuntungan bagi perusahaan *start-up* apabila perusahaan tersebut secara proaktif melindungi KI miliknya (Halt et al., 2017):

- 1) Kekayaan intelektual sering kali meningkatkan nilai suatu perusahaan *start-up* dengan cara mendaftarkan aset tidak berwujud untuk dilindungi sebagai KI.
- 2) Kekayaan intelektual memberikan keunggulan kompetitif dan keunggulan pemasaran bagi suatu perusahaan *start-up*.
- 3) Kekayaan intelektual memproteksi posisi perusahaan *start-up* di pasar dan memberikan kepastian terhadap investasi investor dalam perusahaan *start-up*.
- 4) Mendaftarkan aset perusahaan *start-up* sebagai KI akan meningkatkan kredibilitas perusahaan dengan pelanggan dan investor.
- 5) Mendaftarkan aset perusahaan *start-up* sebagai KI memberikan peluang untuk memonetisasi KI tersebut melalui penjualan KI, menggunakan sendiri aset KI tersebut atau melisensikan KI tersebut untuk menghasilkan pembayaran royalti.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa KI penting untuk dilindungi dan merupakan aset berharga perusahaan *start-up*. Untuk itu perlu dipersiapkan langkah-langkah untuk mempersiapkan mengenai perlindungan KI, seperti identifikasi aset-aset apa saja yang akan didaftarkan KI, jenis KI apa yang akan didaftarkan, dan inventarisasi aset KI.

Mendaftarkan KI membutuhkan biaya yang tidak sedikit dan tentu hal ini akan menjadi beban yang memberatkan ketika perusahaan *start-up* baru berdiri dan belum menghasilkan keuntungan. keterbatasan dana dan perkembangan perusahaan *start-up* akan memengaruhi strategi pendaftaran KI. Berikut akan dijelaskan beberapa strategi yang dapat diterapkan dalam pendaftaran KI bagi perusahaan *start-up* yang baru berdiri.

1. Hak Cipta

Pelindungan hak cipta bertujuan untuk mendapatkan hak eksklusif atas ciptaan. Pelindungan hak cipta dapat sangat bermanfaat bagi suatu perusahaan yang baru berdiri. Walaupun demikian, setiap perusahaan harus cermat dan mempertimbangkan apakah hak cipta adalah pelindungan yang tepat bagi perusahaannya pada tahap awal bisnis mereka. Pelindungan hak cipta dibuat dalam karya asli kepenulisan pada saat karya itu dibuat dan difiksasikan atau diwujudkan dalam bentuk nyata. Akan tetapi, hak cipta memiliki ruang lingkup pelindungan yang terbatas.

Terdapat sejumlah ciptaan yang dimiliki perusahaan tahap awal untuk mendapatkan pelindungan hak cipta. Sebagai contoh, melindungi desain situs web perusahaan, selain itu logo perusahaan mereka juga dapat dilindungi dengan hak cipta selain dengan merek karena inilah yang akan diidentifikasi oleh konsumen. Melindungi logo perusahaan dengan hak cipta merupakan salah satu alternatif selain melindunginya dengan merek. Hak cipta untuk ciptaan logo disini dilindungi secara otomatis karena sistem deklaratif pada pelindungan hak cipta, akan tetapi pelindungannya tidak dapat diperpanjang seperti hak merek. Hal yang melatarbelakangi hal ini adalah visi perusahaan

yang belum sepenuhnya jelas tentang kelas barang dan/atau jasa yang akan didaftarkan merek. Perusahaan dapat mendaftarkan merek ketika mereka sudah memutuskan kelas barang dan/atau jasa yang akan didaftarkan.

2. Merek

Strategi yang dapat dilakukan dalam tahap awal adalah memprioritaskan pendaftaran KI yang paling krusial dalam sebuah bisnis *start-up* yaitu nama perusahaan (merek). Mendaftarkan merek merupakan pilihan yang baik karena konsumen dan calon konsumen akan mengasosiasikan nama sebuah perusahaan dengan suatu produk barang/jasa yang dijalankan oleh perusahaan tersebut.

Seperti yang dijelaskan pada bab mengenai pendaftaran merek, pendaftaran merek mempunyai persyaratan yang harus dipenuhi. Oleh karenanya, dalam memilih sebuah nama bagi perusahaan atau produk perusahaan harus memperhatikan persyaratan untuk dapat didaftarkan sebagai merek. Memilih sebuah nama seharusnya memperhatikan persyaratan pendaftaran merek yaitu merek tersebut harus memiliki daya pembeda dari merek barang/jasa lainnya. Merek yang tidak memiliki daya pembeda akan berakibat tidak dapat didaftarkan merek tersebut yang akhirnya akan berujung pada kerugian perusahaan *start-up*.

Pendaftaran merek tidak terbatas hanya pada nama tetapi juga mencakup gambar, logo, simbol, dan/atau desain yang merupakan satu kesatuan dengan nama tersebut. Pendaftaran nama dan logo perusahaan sering kali merupakan hal krusial untuk membantu melindungi *brand* dan logo perusahaan. Sebagai orang awam tentu akan mengalami kesulitan dalam memahami dan mendaftarkan perlindungan KI bagi aset-aset perusahaan *start-up*. Langkah alternatif yang dapat dilakukan adalah berkonsultasi dengan konsultan hukum yang menguasai mengenai hukum KI.

Strategi lain yang dilakukan perusahaan *start-up* adalah tidak terlebih dahulu melakukan pendaftaran merek karena mereka menganggap nama bisnis mereka belum pasti dan akan melakukan

rebranding. Hal ini dikarenakan perusahaan di tahap awal akan melakukan perubahan kebijakan perusahaan yang terkadang berakibat pada perubahan nama *brand*. Sebagian perusahaan di tahap ini memilih untuk tidak mendaftarkan merek terlebih dahulu karena akan membuang uang secara percuma ketika nantinya merek yang didaftarkan tersebut tidak dipakai. Pendaftaran merek di Indonesia menganut sistem *first to file* sehingga makin cepat melakukan pendaftaran akan makin baik untuk mendapatkan hak mereknya.

3. Paten

Paten merupakan perlindungan KI yang paling terpenting bagi perusahaan *start-up* yang bergerak di bidang teknologi. Sayangnya pendaftaran paten merupakan perlindungan yang paling mahal dibandingkan KI lainnya. Selain itu, jangka waktu perlindungan paten terbatas dan tidak dapat diperpanjang.

Maksimal durasi perlindungan paten adalah 20 tahun dan tidak dapat diperpanjang. Selain biaya pendaftaran awal, pemegang paten atau penerima lisensi paten juga harus membayar biaya tahunan secara berkala. Biaya tahunan (*annual fee*) atau yang dikenal sebagai biaya pemeliharaan (*maintenance fee*) di beberapa negara, adalah pembayaran rutin yang harus dilakukan oleh pemegang paten untuk setiap tahunnya.

B. PEMERIKSAAN ASET KEKAYAAN INTELEKTUAL (IP DUE DILIGENCE)

Setelah mengetahui mengenai aset-aset KI yang dimiliki oleh perusahaan *start-up*, maka langkah selanjutnya adalah melakukan pemeriksaan aset KI yang dimilikinya. Pemeriksaan aset KI tersebut disebut juga IP *Due Diligence*. IP *due diligence* adalah pemeriksaan semua aset KI yang dimiliki oleh perusahaan, memastikan bahwa perusahaan telah mempunyai perjanjian mengenai transfer KI dengan pihak terkait dan menerapkan prosedur untuk memastikan aset KI perusahaan tetap aman.

Selain itu, IP *due diligence* juga dilakukan untuk pemeriksaan aset KI yang perusahaan miliki, tetapi juga memiliki informasi akurat dan mendalam mengenai KI milik kompetitor. Pastikan bahwa perusahaan memiliki informasi mengenai bidang KI yang dimiliki dan juga milik kompetitor. Strategi apa yang disiapkan oleh perusahaan dalam menghadapi kompetitor dan menjaga agar KI yang dimiliki perusahaan tetap dapat relevan dalam persaingan bisnis.

Perusahaan juga harus memiliki rencana atau alur untuk rencana pendaftaran aset KI. Misalnya, kapan perusahaan akan mendaftarkan aset mereknya, kapan perusahaan akan mendaftarkan paten, dan KI lainnya. Selain itu, perusahaan juga bisa mempersiapkan apakah akan melakukan perjanjian lisensi atas KI yang dimilikinya kepada pihak lain.

C. PENGEMBANGAN DAN PEMANFAATAN ASET KEKAYAAN INTELEKTUAL

Pada tahap awal perusahaan berdiri, fokus dan strategi perusahaan terkait KI bertumpu pada pendaftaran dan perlindungan. Pada tahap perusahaan sudah mulai beroperasi dan menghasilkan penghasilan maka langkah selanjutnya adalah mengembangkan dan memanfaatkan aset KI yang dimiliki untuk menghasilkan keuntungan bagi perusahaan.

KI dapat menjadi aset penting bagi pengusaha dan perusahaan untuk mendapatkan pendapatan dan pendanaan. Perusahaan yang baru berdiri umumnya mengalami masalah arus kas dan kekurangan aset berwujud. Sementara itu, perusahaan pembiayaan dan bank lebih memprioritaskan pendanaan dengan aset berwujud. Maka dari itu, pembiayaan berbasis KI merupakan pilihan yang tepat bagi perusahaan *start-up*.

Pada tahun 2022, Pemerintah Indonesia telah mengundang Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2022 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif (selanjutnya disebut PP Ekonomi Kreatif). Pasal 7 PP Ekonomi Kreatif mengatur mengenai skema pembiayaan berbasis KI. Pelaku usaha dapat mengajukan pendanaan

dengan jaminan KI kepada lembaga keuangan bank atau lembaga keuangan nonbank. Seiring diundangkannya PP tersebut, bank swasta terbesar di Indonesia akan mempertimbangkan KI menjadi jaminan tambahan dalam mengajukan kredit (Tim CNN Indonesia, 2022).

Ada beberapa persyaratan yang harus dipenuhi untuk mengajukan pembiayaan ini. Persyaratan tersebut, meliputi proposal pembiayaan, memiliki usaha di sektor ekonomi kreatif, adanya perikatan terkait HKI produk ekonomi kreatif, serta memiliki surat pencatatan atau sertifikat HKI. Setelah persyaratan terpenuhi, lembaga keuangan bank atau nonbank akan melakukan beberapa langkah dalam pemberian pembiayaan berbasis HKI. Langkah-langkah tersebut, yaitu verifikasi usaha ekonomi kreatif, verifikasi surat pencatatan atau sertifikat HKI yang dijadikan agunan, penilaian HKI yang dijadikan agunan, pencairan dana kepada pelaku ekonomi kreatif, serta penerimaan pengembalian pembiayaan dari pelaku ekonomi kreatif sesuai dengan perjanjian.

Dalam skema pembiayaan berbasis HKI, lembaga keuangan menggunakan HKI sebagai objek jaminan utang. Objek jaminan ini dapat berupa: jaminan fidusia atas HKI, kontrak dalam kegiatan ekonomi kreatif, atau hak tagih dalam kegiatan ekonomi kreatif. Namun, tidak semua HKI dapat dijadikan jaminan utang. HKI yang dapat dijadikan jaminan utang harus tercatat atau terdaftar di kementerian yang menangani urusan hukum dan dikelola dengan baik secara mandiri atau dialihkan haknya kepada pihak lain. Kementerian yang bertanggung jawab di bidang hukum menyediakan akses data HKI yang dijadikan jaminan utang kepada lembaga keuangan dan masyarakat. Tujuannya adalah untuk mempermudah akses data masyarakat terhadap HKI dan sebagai bentuk publikasi untuk memberikan kepastian hukum.

Aset yang digunakan sebagai jaminan harus memiliki nilai, termasuk aset HKI. Penilaian terhadap kekayaan intelektual dilakukan dengan beberapa metode, yakni: pendekatan biaya, pendekatan pasar, pendekatan pendapatan, serta metode penilaian lain yang sesuai dengan standar penilaian yang berlaku. Penilaian ini dilakukan oleh penilai HKI atau panel penilai yang telah mendapatkan izin sebagai

penilai publik dari kementerian terkait, memiliki kompetensi dalam bidang penilaian HKI, dan terdaftar di kementerian yang menangani ekonomi kreatif. Kompetensi ini diperoleh melalui sertifikasi yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Tugas penilai HKI mencakup: menilai kekayaan intelektual yang akan dijadikan agunan, menganalisis pasar untuk kekayaan intelektual yang akan dijadikan agunan, dan menelaah laporan analisis penggunaan kekayaan intelektual dalam industri.

Panel penilai terdiri dari kumpulan individu yang ditunjuk oleh lembaga keuangan. Panel penilai tersebut mengevaluasi dan memberikan penilaian atas HKI yang tidak dinilai oleh penilai HKI terhadap pelaku ekonomi kreatif yang mengajukan pendanaan. Jika diperlukan, panel penilai di lembaga keuangan dapat bekerja sama dengan penilai HKI untuk melakukan penilaian tersebut.

Para pelaku ekonomi kreatif harus mencatatkan setiap pembiayaan yang diperoleh dari lembaga keuangan, baik bank maupun non-bank, dalam sistem pencatatan yang dikelola oleh kementerian yang mengurus ekonomi kreatif. Sistem ini memastikan bahwa pembiayaan tersebut tercatat dengan baik. Selain itu, pelaku ekonomi kreatif yang menerima pembiayaan berhak mendapatkan fasilitas penjaminan dari perusahaan penjaminan, sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

D. LISENSI HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL

1. Definisi dan Konsep Lisensi Hak Kekayaan Intelektual di Indonesia

Seiring dengan makin bertumbuhnya suatu usaha, makin besar juga keinginan untuk mengembangkan usaha. Pengembangan usaha tersebut dapat berbentuk ekspansi pasar baru di wilayah lain atau pengembangan bidang usaha baru yang lain dari sebelumnya. Hal demikian membuat pihak yang terlibat dalam suatu proses produksi barang atau jasa makin bertambah. Menurut Warren J. Keegan dalam bukunya *Global Marketing* menyebutkan lima strategi pengembangan

usaha secara global yang dapat dilakukan oleh pengusaha, yakni melalui (Keegan & Green, 2008):

- 1) Penjualan ekspor;
- 2) Pemberian lisensi (*licensing*);
- 3) Kontrak manufaktur (*manufacturing contract*);
- 4) Pembentukan perusahaan patungan (*joint ventures*); dan
- 5) Penanaman modal melalui merger dan akuisisi.

Artikel ini akan berfokus pada salah satu dari kelima strategi tersebut dari sisi HKI yakni *licensing* atau pemberian lisensi HKI. Lisensi sebagai strategi yang memberikan peluang bagi pemilik HKI untuk memberikan izin kepada pihak lain untuk memanfaatkan HKI-nya memiliki peran penting dalam proses pengembangan usaha, pemanfaatan nilai ekonomi. HKI tersebut dan menumbuhkan iklim inovasi negara tempat pemilik HKI memberikan lisensi kepada penerima lisensi.

HKI sebagai salah satu aset berharga dari suatu usaha sudah barang tentu memiliki nilai yang sangat tinggi dan memiliki eksklusivitas berupa batasan terkait siapa-siapa saja pihak yang dapat menggunakan, hingga aktivitas apa saja yang dapat dilakukan terhadap kekayaan intelektual tersebut (WIPO, 2023). Dengan kata lain, HKI berfungsi untuk memberikan manfaat ekonomi yang lebih bagi pemilik HKI serta mendorong pertumbuhan inovasi dan kreativitas dengan meningkatkan kompetisi.

Fungsi HKI dalam mendorong pertumbuhan inovasi dan kreativitas ini sejalan dengan Pasal 7 dari *Agreement on Trade Related Aspect of Intellectual Property Rights (TRIPs Agreement)* yang berbunyi:

“The protection and enforcement of intellectual property rights should contribute to the promotion of technological innovation and to the transfer and dissemination of technology, to the mutual advantage of producers and users of technological knowledge and in a manner conducive to social and economic welfare, and to a balance of rights and obligations.”

Pasal tersebut berkaitan erat dengan konsep lisensi HKI. Pasal ini menekankan bahwa perlindungan HKI seharusnya mendukung inovasi dan transfer teknologi. Lisensi HKI kemudian menjadi sarana untuk mencapai tujuan ini dengan memungkinkan pemilik hak memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakan, memanfaatkan dan mendistribusikan KI nya yang dapat berupa merek, hak cipta, paten, rahasia dagang, atau lainnya. Hal ini kemudian menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara produsen dan pengguna lisensi.

Sebagai ilustrasi, beberapa waktu lalu sebuah perusahaan pakaian dari negara Amerika Serikat (AS) ingin menjual produk-produk pakaiannya kepada konsumen di Indonesia. Hal ini disambut hangat oleh perusahaan asal Indonesia yang bergerak di industri ritel, yang tertarik untuk mengembangkan dan menjual produk dengan merek dagang milik perusahaan AS tersebut di wilayah Indonesia. Perusahaan AS tersebut kemudian memberikan hak kepada perusahaan asal Indonesia untuk menggunakan merek dagangnya dalam desain, pemasaran, dan penjualan produk pakaian di wilayah Indonesia. Proses pemberian hak inilah yang disebut dengan lisensi.

Menyoroti pentingnya peran dari lisensi HKI dalam kegiatan usaha yang juga berkaitan dengan inovasi dan kreativitas pelaku usaha, maka artikel ini akan merinci konsep lisensi berdasarkan pasal-pasal dalam perundang-undangan HKI di Indonesia. Artikel ini akan membahas dengan lebih mendalam tentang pentingnya lisensi HKI dalam pengembangan usaha berdasarkan UU HC, UU MIG, UU Paten, dan UU Rahasia Dagang.

a. Definisi Lisensi Berdasarkan Peraturan Perundang-undangan di Indonesia

Secara umum, lisensi dapat diartikan sebagai suatu cara yang digunakan oleh pelaku usaha untuk meningkatkan nilai tambah dan membuka peluang bisnis dengan pasar yang baru, utamanya dengan pasar dari negara lain, melalui pemberian hak untuk menggunakan KI nya seperti paten, merek, hak cipta, dan lain-lain (August et

al., 2009). Sehubungan dengan pengertian lisensi ini, peraturan perundang-undangan di Indonesia memuat definisi terkait lisensi yang tidak seragam dalam tiap-tiap undang-undang. Perbedaan tersebut membuat definisi tentang lisensi harus dilihat berdasarkan konteks jenis KI apa yang dimaksud dalam suatu lisensi.

1) Undang-Undang Hak Cipta

Menurut Pasal 1 angka 20 UU HC, lisensi adalah sebagai berikut:

“Lisensi adalah izin tertulis yang diberikan oleh pemegang hak cipta atau pemilik hak terkait kepada pihak lain untuk melaksanakan hak ekonomi atas ciptaannya atau produk hak terkait dengan syarat tertentu.”

Unsur penting dari definisi lisensi ini adalah dilakukan melalui perjanjian tertulis dan adanya syarat-syarat tertentu yang ditetapkan dalam perjanjian tersebut.

2) Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis

Menurut Pasal 1 angka 18 UU MIG, lisensi adalah sebagai berikut:

“Lisensi adalah izin yang diberikan oleh pemilik Merek terdaftar kepada pihak lain berdasarkan perjanjian secara tertulis sesuai peraturan perundang-undangan untuk menggunakan Merek terdaftar.”

Unsur penting dari definisi lisensi ini adalah dilakukan melalui perjanjian tertulis dan sesuai peraturan perundang-undangan.

3) Undang-Undang Paten

Menurut Pasal 1 angka 11 UU Paten, lisensi adalah sebagai berikut:

“Lisensi adalah izin yang diberikan oleh Pemegang Paten, baik yang bersifat eksklusif maupun non-eksklusif, kepada penerima lisensi berdasarkan perjanjian tertulis untuk menggunakan Paten yang masih dilindungi dalam jangka waktu dan syarat tertentu.”

Unsur penting dari definisi lisensi ini adalah dilakukan melalui perjanjian tertulis, memiliki sifat lisensi yang eksklusif atau non-eksklusif, dan berlaku atas jangka waktu dan syarat tertentu.

Berdasarkan definisi-definisi tersebut, pengertian lisensi berdasarkan peraturan perundang-undangan di Indonesia dapat dikatakan sebagai suatu tindakan, pihak pemilik HKI memberikan izin kepada pihak lain untuk memanfaatkan KI, tanpa melepaskan hak kepemilikan sepenuhnya. Pemberian izin tersebut dilakukan melalui perjanjian tertulis yang disebut sebagai perjanjian lisensi. Melalui perjanjian lisensi, pengaturan-pengaturan seperti batas waktu penggunaan, wilayah berlakunya lisensi, dan bahkan jenis kegiatan dari penggunaan dapat diatur sesuai kesepakatan. Sebagai timbal balik dari pemberian izin tersebut, pemilik KI menerima kompensasi, berupa pembayaran sejumlah keuntungan, royalti, pembagian hasil, atau manfaat ekonomi lainnya dari pihak penerima lisensi.

b. Konsep Lisensi HKI

Pelaku usaha perlu memahami konsep lisensi HKI agar dapat mengetahui alur pemberian izin kepada pihak tertentu untuk menggunakan, memanfaatkan, atau menggandakan KI nya yang dilindungi hukum. Untuk memahami lebih lanjut mengenai konsep ini, perlu diperhatikan dua aspek utama, yakni siapa saja para pihak yang terlibat dalam perjanjian lisensi dan objek-objek apa yang dapat menjadi subjek dalam perjanjian tersebut.

- 1) Para Pihak dalam Perjanjian Lisensi Hak Kekayaan Intelektual
Dalam sebuah perjanjian lisensi hak, terdapat dua pihak utama, yaitu *licensor* dan *licensee* (Keegen & Green, 2008). *Licensor* adalah pihak yang memiliki HKI dan memberikan izin kepada pihak lain, yang disebut *licensee*, untuk menggunakan, memproduksi, atau mendistribusikan barang atau layanan yang dilindungi oleh hak tersebut. *Licensor* memiliki kendali atas hak-hak tertentu dan menerima kompensasi, seperti royalti atau biaya lisensi, sebagai imbalan atas penggunaan hak tersebut oleh *licensee*. Di sisi lain, *licensee* adalah pihak yang mendapatkan

hak untuk menggunakan atau memanfaatkan hak kekayaan intelektual tersebut sesuai dengan syarat-syarat yang ditetapkan dalam perjanjian. Peran keduanya saling terkait, di mana *licensor* mendapatkan keuntungan finansial dan *licensee* memperoleh akses atau izin untuk memanfaatkan HKI, baik berupa hasil inovasi teknologi tertentu, karya cipta atau merek dagang yang dimiliki oleh *licensor*. Perjanjian lisensi hak menjadi landasan untuk hubungan bisnis yang saling menguntungkan antara kedua belah pihak, dengan ketentuan-ketentuan yang mengatur hak, kewajiban, dan pembagian manfaat.

2) Objek Perjanjian Lisensi Hak Kekayaan Intelektual

Dalam perjanjian lisensi objek yang dilisensikan meliputi merek, hak cipta, paten, rahasia dagang, dan objek yang dapat dilindungi sebagai KI lainnya. Lisensi merek dapat diberikan kepada pihak lain untuk digunakan dalam hubungan dengan produk atau layanan tertentu. Desain industri mencakup elemen visual dan estetika produk. Paten melibatkan hak eksklusif untuk menghasilkan, menggunakan, dan menjual penemuan atau inovasi tertentu. Hak cipta memberikan hak eksklusif atas karya-karya kreatif seperti, antara lain musik, film, dan tulisan. Rahasia dagang mencakup informasi bisnis rahasia yang memberikan keunggulan kompetitif bagi penggunaannya. Oleh karena itu, perjanjian lisensi HKI memberikan peluang bagi pemilik hak untuk membagikan, mendistribusikan, dan memanfaatkan nilai dari beragam jenis HKI sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang disepakati dengan penerima lisensi.

Untuk menguatkan pemahaman terkait konsep dasar lisensi, definisi tersebut dapat diterapkan pada ilustrasi kasus sebelumnya. Atas keinginan untuk memperluas jangkauan pasarnya, perusahaan asal AS kemudian memberikan lisensi merek dagangnya kepada perusahaan ritel asal Indonesia untuk menjual dan memasarkan produk pakaiannya di Indonesia. Kedua pihak pun membuat dan menyepakati suatu perjanjian lisensi. Dalam perjanjian tersebut, para pihak menyepakati besaran pembayaran yang diterima oleh perusahaan asal AS selaku

pemilik merek atas penjualan yang menggunakan merek miliknya oleh perusahaan ritel asal Indonesia sehingga dalam praktik lisensi ini tercipta hubungan yang saling menguntungkan, di mana pemilik HKI dan pihak yang mendapatkan lisensi terlibat dalam pertukaran nilai yang menumbuhkan nilai ekonomi di dalamnya.

2. Kerangka Hukum Lisensi HKI di Indonesia

Kerangka hukum lisensi HKI di Indonesia terdiri dari atas tiga pembagian. Pertama, yakni Kitab Undang-undang Hukum Perdata (KUHPer) sebagai perangkat peraturan yang mengatur mengenai perjanjian secara umum. Kedua, yakni Peraturan Pemerintah Nomor 36 Tahun 2018 tentang Pencatatan Perjanjian Lisensi Kekayaan Intelektual (PP No. 36 Tahun 2018) sebagai peraturan yang mengatur khusus mengenai pencatatan perjanjian lisensi. Ketiga, selain itu terdapat juga pengaturan yang lebih khusus membahas terkait lisensi dalam konteks masing-masing jenis HKI yang diatur dalam masing-masing undang-undang seperti dalam UU HC, UU MIG, UU Paten, dan UU Rahasia Dagang.

a. Kitab Undang-undang Hukum Perdata

Lisensi dilakukan berlandaskan perjanjian. Atas hal tersebut maka perjanjian lisensi tunduk pada ketentuan dan persyaratan yang diatur dalam Buku III KUHPer mengenai perikatan. Perjanjian lisensi harus tunduk pada Pasal 1320 KUHPer mengenai syarat sah perjanjian. Pasal 1320 KUHPer menetapkan dua syarat utama yang harus dipenuhi. Menurut ketentuan ini, syarat pertama adalah syarat subjektif, yang menuntut adanya kesepakatan yang bersifat sukarela antara pihak-pihak yang terlibat, tanpa unsur paksaan, penipuan, atau kekhilafan dalam perjanjian. Kecakapan pihak-pihak tersebut untuk melakukan perjanjian juga menjadi syarat subjektif lainnya, di mana mereka harus dewasa dan tidak berada dalam keadaan pengampuan atau perwalian. Sementara itu, syarat objektif perjanjian mencakup keberadaan suatu hal tertentu dan suatu sebab yang sah.

- b. Peraturan Pemerintah Nomor 36 Tahun 2018 tentang Pencatatan Perjanjian Lisensi Hak Kekayaan Intelektual

Perjanjian lisensi juga memiliki kerangka peraturan yang khusus mengatur mengenai pencatatan perjanjian lisensi, yakni melalui PP No. 36 Tahun 2018. Peraturan tersebut berlaku terhadap objek lisensi di bidang rahasia dagang, desain industri, desain tata letak sirkuit terpadu, hak cipta, paten, dan merek dan indikasi geografis. Peraturan tersebut mengatur setidaknya dua pembahasan penting mengenai perjanjian lisensi, yakni perjanjian lisensi wajib untuk dicatatkan kepada Kementerian Hukum dan HAM dan keberlakuan HKI yang menjadi objek perjanjian lisensi tidak boleh berakhir masa pelindungannya atau belum dihapuskan.

- c. Peraturan Hak Kekayaan Intelektual Terkait Lisensi

Seperti telah dijelaskan sebelumnya bahwa definisi dari lisensi pada masing-masing peraturan perundang-undangan berbeda, maka pengaturannya dalam masing-masing undang-undang HKI berbeda. Berikut merupakan ketentuan terkait lisensi yang diatur dalam undang-undang yang mengatur tentang HKI, yang terdiri atas:

- 1) Hak Cipta (Pasal 80-86 UU Hak Cipta)
UU HC mengatur lisensi terkait karya-karya cipta. Pasal-pasal ini menetapkan hak dan kewajiban pihak-pihak yang terlibat dalam perjanjian lisensi hak cipta, termasuk ketentuan terkait penggunaan karya, pembagian royalti, dan masa berlaku lisensi.
- 2) Merek (Pasal 42-45 UU Merek dan Indikasi Geografis)
UU MIG mengatur aspek-aspek lisensi yang berkaitan dengan penggunaan merek. Hal ini mencakup ketentuan-ketentuan terkait perjanjian lisensi dan pencatatannya.
- 3) Paten (Pasal 76-108 UU Paten)
Lisensi terkait paten diatur secara rinci dalam UU Paten. Pasal-pasal ini mencakup ketentuan mengenai pemberian lisensi eksklusif dan non-eksklusif, pembayaran royalti, serta hak dan kewajiban pihak-pihak yang terlibat.

3. Strategi Pengembangan Usaha Melalui Lisensi Hak Kekayaan Intelektual di Indonesia

Mengembangkan usaha melalui lisensi HKI membutuhkan biaya yang tidak sedikit sehingga diperlukan ketepatan dalam mengimplementasikan rencana ekspansi usaha ke dalam suatu perjanjian lisensi. Setidaknya ada tiga strategi yang patut menjadi perhatian utama dalam pengembangan usaha melalui lisensi HKI di Indonesia, yakni:

- a. Hal yang Harus Diatur dalam Perjanjian Lisensi Hak Kekayaan Intelektual

Pada dasarnya, suatu praktik lisensi HKI di Indonesia harus mencakup berbagai aspek yang diatur dengan jelas dalam PP No. 36 Tahun 2018, yakni:

- 1) Pemberian lisensi yang dicatatkan harus memenuhi persyaratan dokumen berdasarkan Pasal 10 PP No. 36 Tahun 2018 yang terdiri atas:
 - a) bukti perjanjian lisensi, yakni dokumen utama yang membuktikan kesepakatan antara pemberi lisensi dan penerima lisensi;
 - b) identitas pemohon dan penerima lisensi dari kedua belah pihak yang terlibat;
 - c) salinan sah akta pendirian badan hukum jika lisensi melibatkan badan hukum;
 - d) sertifikat kepemilikan HKI, yakni dokumen resmi yang menunjukkan kepemilikan merek yang terkait dengan lisensi;
 - e) surat kuasa konsultan KI bermaterai (jika menggunakan konsultan);
 - f) surat pernyataan perjanjian lisensi, yakni dokumen yang memuat pernyataan tertulis dari kedua belah pihak yang menyatakan kesepakatan mereka terhadap lisensi;
 - g) surat permohonan pencatatan lisensi yang berisi permohonan resmi untuk mencatatkan perjanjian lisensi.

- 2) Ketentuan mengenai isi perjanjian lisensi:
- a) Hal-hal yang dilarang untuk dimuat dalam perjanjian lisensi berdasarkan Pasal 6 PP No. 36 Tahun 2018;
 - i. merugikan perekonomian Indonesia dan kepentingan nasional Indonesia;
 - ii. memuat pembatasan yang menghambat kemampuan bangsa Indonesia dalam melakukan pengalihan, penguasaan, dan pengembangan teknologi;
 - iii. mengakibatkan persaingan usaha tidak sehat; dan/atau
 - iv. bertentangan dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, nilai-nilai agama, kesusilaan, dan ketertiban umum.
 - b) Perjanjian lisensi sebagaimana dimaksud pada Pasal 7 PP No. 36 Tahun 2018, paling sedikit memuat:
 - i. tanggal, bulan, tahun, dan tempat perjanjian Lisensi ditandatangani;
 - ii. nama dan alamat pemberi Lisensi dan penerima Lisensi;
 - iii. objek perjanjian Lisensi;
 - iv. ketentuan mengenai Lisensi bersifat eksklusif atau noneksklusif, termasuk sublisensi;
 - v. jangka waktu perjanjian Lisensi;
 - vi. wilayah berlakunya perjanjian Lisensi; dan
 - vii. pihak yang melakukan pembayaran biaya tahunan untuk paten.

Selain hal-hal tersebut, sangat penting juga suatu perjanjian lisensi mengatur mengenai pasal-pasal terkait penghentian perjanjian dan ketentuan pencabutan lisensi, yang memberikan klarifikasi dalam situasi tertentu, seperti ketika salah satu pihak ingin mengakhiri perjanjian lisensi. Hal ini cukup penting karena dalam praktik sering kali timbul perselisihan antara para pihak karena tidak adanya aturan-aturan dalam suatu perjanjian lisensi yang mengatur hal-hal tersebut.

b. Memahami Sistem Pencatatan Perjanjian Lisensi Melalui Sistem Persetujuan Otomatis Pencatatan

Sebagaimana telah dipaparkan pada bagian sebelumnya, perjanjian lisensi wajib dicatatkan. Pencatatan ini menjadi sangat penting karena dengan dicatatkannya suatu perjanjian lisensi, perjanjian lisensi tersebut akan memiliki akibat hukum bagi pihak ketiga. Dengan adanya akibat hukum bagi pihak ketiga, akan menjadi lebih mudah bagi penerima lisensi untuk melakukan suatu upaya hukum apabila terjadi dugaan pelanggaran atas HKI yang diberikan lisensi kepadanya, sepanjang dalam perjanjian tersebut pemberi lisensi juga memberikan kewenangan kepada penerima lisensi untuk melakukan upaya hukum untuk dan atas nama pemberi lisensi.

Pencatatan perjanjian lisensi di Indonesia telah mengalami kemudahan berkat adanya sistem pencatatan melalui Persetujuan Otomatis Pencatatan (POP). Dengan adanya sistem POP, surat pencatatan dapat diproses dalam waktu kurang dari sehari, memastikan efisiensi dalam proses administratif (DJKI, 2023a). Hal ini mendukung kecepatan dan keterbukaan dalam pengelolaan lisensi HKI di Indonesia.

Dengan adanya kerangka hukum yang komprehensif dan jelas, Indonesia menciptakan lingkungan yang kondusif untuk pengelolaan lisensi HKI. Pihak-pihak yang terlibat dapat memahami hak dan kewajiban mereka secara detail, sementara proses pencatatan yang efisien memastikan bahwa perjanjian lisensi diakui dan dihormati dalam konteks hukum Indonesia.

c. Memahami Mekanisme Pembayaran Royalti

Selanjutnya, memahami pembayaran royalti menjadi aspek yang tak kalah penting. Untuk merek, paten, dan rahasia dagang, pembayaran royalti biasanya diberikan langsung kepada pemilik hak atau sesuai dengan perjanjian yang telah dibuat. Namun, dalam hal hak cipta, pembayaran royalti diurus oleh lembaga manajemen kolektif. Pasal 87 UU Hak Cipta menyatakan bahwa pengguna hak cipta membayar

royalti melalui Lembaga Manajemen Kolektif (LMK). Begitu juga, pasal 3 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 56 Tahun 2021 menjelaskan bahwa penggunaan lagu dan/atau musik secara komersial harus disertai dengan pembayaran royalti kepada pemilik hak melalui Lembaga Manajemen Kolektif.

Proses pembayaran royalti dari pertunjukan musik langsung di Kafe Kopi Roemah Kesambi terorganisasi dengan baik (Kharisma, 2023). Setiap Sabtu malam, *band* lokal yang mendaftar untuk tampil menyusun 15–20 lagu sesuai dengan tema yang diberikan oleh kafe. Sebelum acara dimulai, pihak kafe memperoleh izin lisensi dari Lembaga Manajemen Kolektif Nasional (LMKN). Perhitungan royalti dilakukan berdasarkan pendapatan pada hari pertunjukan, di mana, sebagai contoh, jika Kafe Kopi Roemah Kesambi mendapat pendapatan Rp.6.000.000,- pada hari tersebut, kafe tersebut wajib membayar 3% dari pendapatan tersebut kepada LMKN sebagai royalti. Tarif royalti sebesar 3% telah disepakati antara kafe dan LMKN untuk setiap pertunjukan. Royalti, baik untuk lagu dalam negeri maupun luar negeri, dihitung dan dibayarkan pada hari yang sama kepada LMKN, dengan pemberitahuan bahwa royalti telah dibayarkan atas pertunjukan musik *live* pada hari tersebut. Mekanisme ini menunjukkan keterlibatan yang jelas antara kafe dan LMKN dalam mengelola hak cipta, memberikan kepastian mengenai pembayaran royalti, dan memastikan pengakuan dan penghargaan yang sesuai untuk penggunaan lagu sesuai dengan kesepakatan.

d. Aspek Bisnis yang Perlu Diperhatikan dalam Pengembangan Usaha Melalui Lisensi HKI

Selain memahami aspek hukum, strategi untuk berhasil dalam lisensi HKI di Indonesia juga melingkupi pemahaman dalam aspek bisnis. Membangun hubungan yang kuat dengan mitra lokal dan melakukan uji tuntas (*due diligence*) terhadap calon pemegang lisensi adalah langkah strategis. Mengetahui dengan baik pasar Indonesia, termasuk tren dan budaya lokal, akan membantu dalam mengembangkan

rencana bisnis yang kuat. Pencatatan perjanjian lisensi ke DJKI adalah langkah administratif yang mendukung kejelasan hukum. Selain itu, taat pada peraturan terkait HKI menjadi landasan moral dan legal yang tak boleh diabaikan yang juga secara langsung atau tidak langsung akan meningkatkan nilai dari suatu HKI. Di samping itu, akan sangat baik jika para pihak di dalam perjanjian lisensi secara jelas mengatur mengenai hak dan kewajiban terkait dengan upaya melindungi HKI yang menjadi objek perjanjian lisensi, termasuk aturan mengenai siapa yang berhak untuk melakukan upaya hukum dalam hal terjadi pelanggaran HKI oleh pihak ketiga. Di sisi lain, pemberi lisensi yang notabene merupakan pemilik HKI, penting untuk secara proaktif melakukan pengawasan dan perlindungan atas HKI-nya untuk memastikan bahwa tidak ada tindakan-tindakan yang dilakukan oleh pihak ketiga yang tidak bertanggung jawab yang dapat merugikan HKI-nya sehingga menjadikan HKI tersebut menjadi turun nilainya atau terganggu eksklusivitasnya.

Dengan memperhatikan berbagai pertimbangan tersebut, suatu praktik lisensi HKI di Indonesia dapat berjalan dengan lebih efektif dan efisien. Kedua belah pihak, pemberi lisensi dan penerima lisensi, dapat menjalin kerja sama dengan penuh kejelasan dan keadilan, mengoptimalkan manfaat yang dapat diperoleh dari HKI yang mereka miliki.

4. Mengelola Risiko dan Tantangan dalam Praktik Lisensi Hak Kekayaan Intelektual di Indonesia

Keberhasilan dalam praktik lisensi HKI di Indonesia tidak terlepas dari kemampuan mengelola risiko dan menyelesaikan tantangan yang muncul. Sejumlah faktor menjadi poin kritis yang memerlukan perhatian khusus, agar lisensi HKI dapat memberikan manfaat maksimal dan melibatkan pemangku kepentingan dengan efektif. Di dalam bagian berikut ini akan dibahas lebih lanjut mengenai risiko dan tantangan utama yang dapat dihadapi oleh pelaku bisnis yang terlibat dalam lisensi HKI di Indonesia.

- a. Risiko dan Tantangan yang Berkaitan dengan Pencatatan Perjanjian Lisensi

Salah satu risiko utama dalam praktik lisensi HKI di Indonesia adalah ketika perjanjian lisensi tidak dicatatkan. Risiko ini berkaitan dengan ketidakpastian hukum terkait keberlakuan dan keabsahan perjanjian di mata hukum Indonesia.

- 1) Risiko dan Tantangan

- a) Ketidakpastian Hukum

Tidak mencatatkan perjanjian lisensi dapat meninggalkan ketidakpastian hukum, terutama jika terjadi sengketa. Keberlakuan perjanjian dapat dipertanyakan dan mengakibatkan kerumitan yang tidak diinginkan.

- b) Penegakan Hak yang Sulit

Pelindungan dan penegakan hak terhadap perjanjian mungkin menjadi sulit jika tidak ada catatan resmi. Pihak yang melanggar perjanjian mungkin sulit ditindak jika tidak ada dasar hukum yang kuat.

- c) Risiko Pelanggaran Hak Kekayaan Intelektual

Tidak mencatatkan lisensi dapat meningkatkan risiko pelanggaran HKI, terutama jika pihak ketiga tidak mengetahui atau mengakui adanya lisensi.

- d) Pelindungan yang Tidak Efektif

Tanpa catatan lisensi yang sah, upaya pelindungan terhadap HKI mungkin tidak efektif. Ini dapat memberikan celah bagi pihak yang berniat melanggar hak tersebut.

- 2) Strategi Mengatasi Tantangan

- a) Pencatatan Resmi

Menyelaraskan perjanjian lisensi dengan regulasi yang berlaku dan mencatatkannya secara resmi di DJKI. Ini memberikan dasar hukum yang kuat dan meningkatkan kejelasan status perjanjian.

- b) Penelitian Hukum Mendalam

Melibatkan jasa konsultan hukum khusus di bidang HKI untuk melakukan penelitian mendalam mengenai

persyaratan pencatatan dan kepatuhan hukum lainnya. Ini membantu meminimalkan risiko dan memastikan ketaatan terhadap aturan yang berlaku.

b. Risiko dan Tantangan yang Berkaitan dengan Pemahaman Mengenai Pasar di Indonesia

Risiko kedua dalam praktik lisensi HKI di Indonesia adalah kurangnya pemahaman tentang pasar lokal. Keberhasilan bisnis sering kali tergantung pada sejauh mana pelaku bisnis dapat menyesuaikan strategi mereka dengan kebutuhan dan preferensi konsumen lokal.

1) Risiko dan Tantangan

a) Kesalahan Penilaian Kebutuhan Konsumen

Kurangnya pemahaman tentang pasar lokal dapat menyebabkan kesalahan dalam menilai kebutuhan dan preferensi konsumen. Ini dapat mengakibatkan produk atau layanan yang tidak sesuai dengan ekspektasi pasar.

b) Kemitraan Lokal yang Kurang Efektif

Memahami dinamika bisnis dan budaya setempat memerlukan kemitraan yang efektif dengan pelaku lokal. Tantangan muncul ketika kerja sama tidak memenuhi harapan atau tidak sesuai dengan konteks bisnis lokal.

2) Strategi Mengatasi Tantangan

Untuk mengelola risiko dan tantangan terkait kurangnya pemahaman pasar lokal, strategi-strategi berikut dapat diterapkan:

a) Penelitian Pasar yang Mendalam

Melakukan penelitian pasar yang menyeluruh untuk memahami preferensi konsumen, tren pasar, dan faktor-faktor lokal lainnya. Informasi ini menjadi dasar untuk menyusun strategi yang relevan.

b) Membangun Kemitraan yang Kuat

Mengembangkan hubungan yang kuat dengan mitra lokal. Ini mencakup pemahaman mendalam tentang perilaku

konsumen, etika bisnis, dan norma budaya yang dapat memengaruhi keberhasilan bisnis.

3) **Komitmen pada Responsivitas**

Bersikap responsif terhadap perubahan pasar dan cepat mengadaptasi strategi bisnis sesuai dengan kebutuhan lokal. Fleksibilitas adalah kunci dalam menghadapi dinamika pasar yang cepat berubah.

Dalam menghadapi risiko dan tantangan ini, kesuksesan dalam lisensi HKI di Indonesia bergantung pada kemampuan untuk beradaptasi, merespon perubahan, dan bermitra dengan baik. Dengan mengambil langkah-langkah strategis yang tepat, pelaku bisnis dapat mengurangi risiko yang mungkin terjadi dan meningkatkan peluang kesuksesan dalam praktik lisensi HKI di Indonesia.

5. Studi Kasus

- a. Keberhasilan Time Internasional dalam Menjembatani Perusahaan-Perusahaan Internasional untuk Melakukan Ekspansi Bisnis ke Indonesia Melalui Lisensi Merek Barang Impor

Time International, di bawah kepemimpinan Irwan Mussry, telah menjadi salah satu pelaku utama dalam industri ritel multi merek di Indonesia. Sebagai seorang eksekutif perusahaan yang menjabat sebagai CEO dan Presiden Direktur, Irwan Mussry telah berhasil memimpin perusahaan menuju puncak kesuksesan, khususnya dalam mengelola merek-merek ternama di sektor fesyen, jam tangan, dan perhiasan.

Keberhasilan Time International dalam meraih prestasi ini tidak lepas dari strategi yang cermat dalam mengelola lisensi merek. Perusahaan ini telah memahami secara mendalam bahwa lisensi merek adalah salah satu kunci utama untuk memperluas dan memperkuat portofolio bisnisnya. Dalam model bisnis yang dijalankan oleh Time International, skema lisensi yang diaplikasikan oleh para pihak adalah lisensi dalam arti Time International diberikan hak untuk menjadi distributor resmi berbagai macam jam tangan dengan merek-merek

yang bernilai tinggi dan sudah sangat terkenal. Sebagai distributor resmi untuk beberapa merek internasional terkemuka, Time International tidak hanya memasarkan produk, tetapi juga menjaga integritas merek dan HKI yang terkandung di dalamnya.

Pentingnya lisensi merek dalam bisnis Time International tercermin dalam kemampuan perusahaan untuk menjalin kemitraan strategis dengan merek-merek ternama. Lisensi merek memberikan Time International hak eksklusif untuk mendistribusikan, memasarkan, dan menjual produk-produk dari merek tersebut di wilayah tertentu. Hal ini memberikan keuntungan kompetitif yang signifikan, terutama dalam membangun hubungan jangka panjang dengan para pelanggan.

Lisensi merek tidak hanya menjadi perjanjian bisnis formal, tetapi juga suatu bentuk kepercayaan dan komitmen antara Time International dengan pemilik merek. Dalam konteks ini, perusahaan menjalankan peran penting dalam menjaga dan meningkatkan nilai merek secara keseluruhan. Oleh karena itu, setiap langkah yang diambil oleh Time International dalam mengelola lisensi merek harus memperhatikan dengan seksama ketentuan-ketentuan yang diatur dalam perjanjian tersebut.

Keberhasilan Time International dalam mengelola lisensi merek dapat dilihat dari portofolio merek-merek mewah yang berhasil dihadirkan di pasar Indonesia. Merek-merek seperti Rolex, Cartier, Chopard, dan sejumlah merek fashion internasional seperti Berluti, Celine, Chanel, Fendi, hingga Valentino telah menjadi bagian integral dari penawaran produk perusahaan. Keberhasilan ini sekaligus menunjukkan bahwa Time International mampu menjaga kualitas dan reputasi merek-merek tersebut di pasaran lokal.

Lisensi merek juga membuka peluang bagi Time International untuk terus mengembangkan dan mengikuti tren pasar. Dengan hak eksklusif yang dimilikinya, perusahaan dapat lebih fleksibel dalam menyusun strategi pemasaran, mengadaptasi inovasi produk, dan merespons dinamika konsumen. Ini memberikan keunggulan yang sangat berharga di tengah persaingan bisnis yang makin ketat.

Dalam konteks HKI, lisensi merek juga menjadi instrumen perlindungan dan pemanfaatan HKI yang efektif. Time International,

sebagai pemegang lisensi, memiliki tanggung jawab untuk melindungi hak-hak eksklusif yang melekat pada merek-merek yang diwakilinya. Oleh karena itu, kepatuhan terhadap regulasi dan peraturan HKI menjadi prioritas utama dalam operasional bisnis Time International.

Pentingnya lisensi merek dalam bisnis Time International bukan hanya sekadar memasarkan produk, tetapi juga menciptakan pengalaman berbelanja yang unik dan bernilai tambah bagi konsumen. Melalui manajemen lisensi merek yang efektif, Time International berhasil membentuk citra sebagai destinasi ritel mewah yang dipercaya dan dihormati di Indonesia.

Dalam melihat kesuksesan Time International, dapat diambil beberapa pelajaran berharga terkait strategi pengelolaan lisensi merek. Kepercayaan, komitmen, dan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip HKI menjadi landasan kokoh yang memperkuat posisi Time International sebagai pemimpin dalam industri ritel multi merek di Indonesia.

b. Kasus Mola TV

Objek kasus ini adalah pelanggaran hak cipta yang terjadi dalam konteks penyiaran pertandingan sepak bola Liga Inggris musim 2019–2020. Dalam hal ini, para pihak yang terlibat melibatkan pemegang hak cipta (Mola TV) sebagai *licensor* dan pihak yang melanggar hak cipta. Pelanggaran hak cipta terjadi sesuai dengan pasal 25 ayat (2) UU HC, yang melarang pihak lain yang tidak memiliki izin melakukan kegiatan yang menyangkut hak ekonomi lembaga penyiaran.

Atas tindakan ilegal tersebut Mola TV telah melakukan upaya hukum berupa tuntutan secara pidana dengan melaporkan para pelanggar ke Kepolisian Republik Indonesia. Setelah dilakukan penyidikan dan penuntutan, berdasarkan putusan Majelis Hakim, terdakwa dijatuhi hukuman pidana penjara selama 2 tahun 4 bulan dan denda sebesar Rp750.000.000,00. Adapun kerugian yang timbul mencakup kerugian ekonomi Mola TV akibat tindakan ilegal situs *streaming*, serta kerugian reputasi yang mungkin timbul akibat pelanggaran hak cipta. Oleh karena itu, pentingnya memiliki perjanjian lisensi sangat ditekankan dalam kasus ini karena dapat mencegah

tindakan ilegal dan melibatkan pihak-pihak yang bertanggung jawab secara hukum. Perjanjian lisensi yang jelas dapat memastikan penggunaan hak cipta dengan izin, mencegah pelanggaran, dan melindungi kepentingan pemegang hak.

E. TANTANGAN DAN SOLUSI *START-UP* TERKAIT KEKAYAAN INTELEKTUAL

Dalam menghadapi persaingan yang makin ketat, *start-up* sering kali dihadapkan pada berbagai tantangan terkait HKI. Pelindungan terhadap HKI menjadi krusial bagi keberlangsungan dan pertumbuhan perusahaan, mengingat aset ini dapat meningkatkan nilai bisnis dan memberikan keunggulan kompetitif. Oleh karena itu, penting bagi *start-up* untuk memahami tantangan dan risiko yang ada serta mencari solusi yang efektif dalam mengelola dan melindungi aset KI mereka.

1. Tantangan Perusahaan *Start-up* dalam Pelindungan HKI

Permasalahan HKI senantiasa berkembang seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Hal ini tentunya menjadi suatu tantangan bagi perusahaan *start-up* yang perlu memperhatikan kesadaran akan pelindungan HKI. Perusahaan *start-up* yang masih awam tentang pelindungan HKI dimungkinkan memiliki beberapa pemahaman yang terbatas atau bahkan salah mengenai HKI (Imanyiati, 2010).

a. Masih Awam akan Pelindungan HKI

Beberapa perusahaan *start-up* yang masih awam akan pelindungan HKI dimungkinkan disebabkan oleh karena kurangnya memahami sepenuhnya perbedaan antara paten, merek dagang, hak cipta, dan bentuk pelindungan HKI lainnya sehingga, hal tersebut menjadikan penyebab kurangnya pengetahuan bagi perusahaan-perusahaan *start-up* dalam cara melindungi aset intelektual yang dimiliki.

b. Miskonsepsi Bahwa HKI Akan Otomatis Diperoleh Tanpa Pendaftaran

Miskonsepsi terkait otomatisasi perlindungan HKI sering kali terjadi bagi pemahaman perusahaan-perusahaan *start-up*. Beberapa perusahaan *start-up* memiliki kecenderungan menganggap bahwa HKI secara otomatis akan dilindungi pada saat suatu ide atau produk ditemukan atau diciptakan. Namun, pada praktiknya perlindungan HKI akan baru didapatkan pada saat proses pendaftaran seperti mengajukan pendaftaran pada paten atau merek dagang, atau melakukan tindakan aktif seperti melakukan publikasi pada hak cipta (Phil, 2023).

c. Ketidaktahuan Mengenai Tata Cara yang Harus Dilakukan untuk Mendapat Pelindungan HKI

Selain itu, tantangan bagi perusahaan *start-up* lainnya adalah seperti ketidakpahaman terkait biaya dan proses pendaftaran oleh perusahaan *start-up*. Hal ini tentunya menjadi suatu hambatan terutama bagi perusahaan *start-up* yang memiliki sumber daya yang terbatas. Beberapa perusahaan *start-up* terkadang masih menganggap bahwa perlindungan HKI sebagai hal yang hanya relevan untuk perusahaan besar. Mereka mungkin belum menyadari bahwa perlindungan HKI dapat memberikan manfaat strategis bahkan bagi perusahaan yang masih dalam tahap awal.

d. Tantangan Finansial

Lebih lanjut, perusahaan *start-up* biasanya memiliki tantangan finansial karena mereka belum memiliki pendapatan yang stabil atau modal yang cukup besar. Dalam situasi tersebut, mengalokasikan dana untuk pendaftaran HKI tentunya menjadi hal yang sulit. Selain itu, tidak ada jaminan bahwa pendaftaran HKI akan berhasil. Apabila pendaftaran HKI ditolak, maka perusahaan *start-up* perlu mengeluarkan biaya tambahan untuk mengajukan banding atau mengatasi masalah hukum lain yang muncul.

2. Risiko dari Pelindungan HKI yang Masih Belum Maksimal oleh Perusahaan *Start-up*

a. Potensi Sengketa Hukum dari Pihak Lain

Bagi beberapa perusahaan *start-up* yang masih belum dapat memperhatikan pelindungan HKI dengan serius tentunya akan dapat menimbulkan risiko. Ketidakpahaman atau pengetahuan akan pelindungan HKI dapat mengakibatkan ketidaksiapan untuk menghadapi potensi sengketa hukum atau persaingan yang tidak sehat di masa yang akan mendatang. Bagi beberapa perusahaan *start-up* yang menanggapi pelindungan HKI bukan sebagai prioritas utama, tentunya dapat menyebabkan perusahaan *start-up* menggunakan materi seperti gambar, desain, atau merek dagang tanpa izin dari pemiliknya sehingga perbuatan tersebut masuk ke dalam pelanggaran HKI yang menyebabkan tuduhan pelanggaran dan kerugian citra dari pemegang HKI asli.

Pemegang HKI yang merasa haknya dilanggar dapat mengajukan tuntutan hukum terhadap perusahaan *start-up* yang melanggar HKI. Ancaman penggugat terjadi ketika seseorang atau suatu entitas menggunakan, membuat, menjual, atau mendistribusikan produk atau layanan yang melanggar HKI (seperti paten, merek dagang, atau hak cipta) yang dimiliki oleh pihak lain tanpa izin. Hal tersebut pada akhirnya menyebabkan perusahaan dihadapkan pada denda yang signifikan dan biaya hukum yang tinggi. Selain itu, pengadilan juga dapat memerintahkan untuk penghentian produksi atau penjualan produk atau layanan yang melanggar HKI tersebut sehingga menyebabkan kerugian finansial dan kehilangan pangsa pasar.

b. Rusaknya Reputasi Perusahaan Akibat Sengketa Hukum

Perusahaan *start-up* yang terlibat dalam pelanggaran HKI dapat merusak reputasi atau citra dari perusahaannya sendiri di mata konsumen dan mitra bisnis. Kehilangan kepercayaan konsumen dapat berdampak negatif pada citra merek dan mengurangi loyalitas pelanggan. Perusahaan yang memiliki reputasi buruk tentunya menyebabkan para investor enggan menanamkan modalnya dalam

sengketa hukum atau memiliki risiko pelanggaran HKI. Hal ini dapat menyulitkan perusahaan untuk mendapatkan dana tambahan yang diperlukan untuk pertumbuhan dan pengembangan.

3. Solusi Mengatasi Tantangan dalam Pelindungan Hak Kekayaan Intelektual oleh Perusahaan *Start-up*

a. Pendidikan dan Pelatihan oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual

Di dalam menghadapi tantangan HKI oleh perusahaan *start-up*, maka diperlukan suatu solusi untuk mengatasi hal tersebut. Hal pertama yang diutamakan adalah memberikan sarana pendidikan dan pelatihan kepada perusahaan-perusahaan *start-up* dalam meningkatkan pemahaman internal terkait pentingnya pelindungan HKI, jenis-jenis HKI dan cara memperoleh pelindungan HKI. Sarana pendidikan dan pelatihan dapat berbentuk seminar, webinar atau *workshop* (AIContentfy, 2023).

Pendanaan dan pelatihan terkait HKI untuk perusahaan *start-up* dapat datang dari berbagai sumber seperti pemerintah, lembaga pendidikan, organisasi industri, dan pihak swasta sehingga dengan adanya pendidikan dan pelatihan ini dapat membantu perusahaan *start-up* dalam mengurangi risiko pelanggaran HKI dan mendukung pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

DJKI adalah lembaga yang bertanggung jawab atas kebijakan dan pelaksanaan dalam bidang HKI di Indonesia. DJKI wajib memberikan akses yang mudah untuk memperoleh informasi terkait HKI untuk perusahaan *start-up* (Kanwil Jogja, 2021). Dengan memberikan akses yang mudah, DJKI dapat membantu meningkatkan kesadaran perusahaan *start-up* tentang pentingnya HKI. Informasi yang mudah diakses oleh perusahaan *start-up* dapat mencakup peraturan dan kebijakan baru, panduan praktis, petunjuk pendaftaran, dan penjelasan tentang manfaat pelindungan HKI.

Selain itu, DJKI juga harus dapat memberikan akses yang mudah mencakup fasilitas konsultasi dan bimbingan bidang HKI sehingga perusahaan *start-up* dapat mendapatkan klarifikasi atau informasi

tambahan melalui saluran komunikasi yang disediakan oleh DJKI. Selain itu, perusahaan *start-up* juga dapat melibatkan konsultan atau ahli HKI untuk memberikan panduan dan pemahaman yang lebih baik dalam bidang HKI.

- b. Memahami Kemudahan Layanan Pendaftaran HKI Online yang Telah Disediakan oleh DJKI

Lebih lanjut, perkembangan teknologi telah membawa perubahan signifikan dalam proses pendaftaran HKI. Dengan kehadiran layanan pendaftaran HKI *online*, DJKI dan lembaga sejenis di berbagai negara telah menyederhanakan dan mempermudah akses bagi perusahaan dan individu yang ingin melindungi aset intelektual mereka. Layanan pendaftaran HKI *online* memungkinkan untuk diakses 24 (dua puluh empat) jam dan memberikan fleksibilitas kepada pemohon untuk mengakses platform kapan saja sesuai dengan jadwal mereka. Ini sangat berbeda dengan metode tradisional yang memerlukan kunjungan langsung ke kantor pendaftaran selama jam kerja.

Pendaftaran HKI *online* memanfaatkan formulir elektronik yang dapat diisi secara digital sehingga tidak hanya menyederhanakan proses, tetapi juga mengurangi risiko kesalahan manusia dalam pengisian formulir. Layanan pendaftaran HKI *online* sering kali dilengkapi dengan sistem pemberitahuan otomatis yang memberi tahu pemohon tentang status permohonan mereka. Pemberitahuan ini dapat membantu pemohon untuk tetap terinformasi tanpa harus secara aktif memantau progres.

Apabila membandingkan biaya pendaftaran HKI dulu yang tradisional dibandingkan dengan pendaftaran HKI *online*, pendaftaran HKI *online* cenderung lebih murah dibandingkan metode tradisional. Hal tersebut karena proses otomatisasi dapat mengurangi biaya administrasi dan waktu yang dibutuhkan untuk menangani permohonan.

Dengan otomatisasi proses, pendaftaran HKI *online* cenderung lebih cepat daripada metode tradisional. Hal ini dapat menghemat waktu untuk pemohon dan memungkinkan mereka segera mendapatkan

pelindungan HKI. Penyimpanan data pemohon disimpan arsip secara elektronik tentunya juga memudahkan pengelolaan dan penyimpanan informasi sehingga membantu dalam melacak dan mengelola informasi dengan lebih efisien.

- c. Mengadakan Pelatihan Internal Perusahaan untuk Meningkatkan Pemahaman tentang HKI

Selain itu, bagi perusahaan *start-up* itu sendiri perlu dilakukan kesadaran akan peningkatan pemahaman internalnya terkait pentingnya pelindungan HKI dengan mendiskusikan pemahaman tentang risiko pelanggaran HKI. Melakukan implementasi kebijakan keamanan internal terkait HKI yang ketat tentunya menjadi suatu langkah solusi agar terhindar dari pelanggaran HKI. Kebijakan ini mencakup pengaturan akses terbatas, kebijakan penggunaan data dan informasi, serta tindakan keamanan lainnya untuk melindungi aset intelektual dari akses yang tidak sah atau penggunaan yang tidak sah.

- d. Penggunaan *Software* Manajemen Hak Kekayaan Intelektual

Perusahaan *start-up* juga dapat memanfaatkan teknologi dalam mempermudah manajemen dan pelindungan HKI. Penggunaan *software* manajemen HKI dapat membantu perusahaan melacak dan mengelola aset intelektual secara efisien. Teknologi juga dapat digunakan untuk memonitor dan mendeteksi pelanggaran atau pemalsuan melalui pemantauan pasar dan analisis data. Melakukan kemitraan atau lisensi dengan pihak lain dapat membantu meningkatkan keamanan dan pelindungan HKI. Perjanjian yang baik dapat mengatur penggunaan HKI dan mencegah pelanggaran.



BAB 5

PELINDUNGAN HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL: KUNCI KESUKSESAN DAN INOVASI DI ERA *START-UP*

Kekayaan intelektual (KI) telah menjadi pilar penting dalam perjalanan *start-up* di Indonesia. Sebagai elemen kreativitas dan inovasi, KI menjadi aset berharga yang mendorong pertumbuhan dan daya saing perusahaan *start-up* dalam hal memberikan identitas dan nilai tambah *start-up*. Pengertian yang kuat tentang KI menjadi fondasi penting bagi perusahaan *start-up* untuk melakukan perlindungan terhadap hak-hak kekayaan intelektual, seperti paten, merek dagang, dan hak cipta.

Sejumlah perusahaan *start-up* telah berhasil menciptakan produk-produk yang revolusioner dan memasarkan merek mereka, tetapi tantangan juga muncul dalam menghadapi risiko kehilangan keunggulan kompetitif akibat pelanggaran HKI. Tantangan tersebut, sekalipun sering kali kompleks, menunjukkan betapa pentingnya langkah-langkah perlindungan dan kebijaksanaan strategis dalam menghadapi risiko potensial yang dapat merugikan perkembangan bisnis.

Pada bagian strategi pemanfaatan dan perlindungan KI, dapat dilihat berbagai aspek yang perlu dipersiapkan oleh perusahaan *start-up*. Termasuk di dalamnya adalah pengembangan dan pemanfaatan

aset KI, penerapan lisensi, serta solusi untuk mengatasi tantangan yang mungkin muncul sepanjang perjalanan bisnis mereka. Keberhasilan *start-up* tidak hanya tergantung pada inovasi produk atau layanan, tetapi juga pada kemampuan untuk melindungi dan mengoptimalkan kekayaan intelektual.

Dapat disimpulkan, bahwa KI bukan hanya menjadi isu hukum semata, tetapi juga menjadi elemen yang memainkan peran penting dalam daya saing dan keberlanjutan bisnis *start-up*. Dengan terus meningkatkan kesadaran, dukungan dari berbagai pihak, dan langkah-langkah perlindungan yang proaktif, *start-up* di Indonesia dapat terus berkembang sebagai pionir inovasi yang mewarnai *landscape* bisnis di tingkat lokal maupun global. Dengan kata lain, perlindungan KI adalah kunci untuk membuka potensi penuh *start-up* dan mewujudkan visi inovatif mereka.

Semoga buku ini menjadi panduan yang bermanfaat bagi para pelaku *start-up*, pemerintah, lembaga hukum, dan pihak-pihak terkait lainnya. Dengan memahami peran krusial KI, dengan memahami HKI dapat membantu menciptakan lingkungan yang mendukung inovasi dan pertumbuhan berkelanjutan bagi *start-up* di era yang terus berkembang ini. Terima kasih atas perhatian dan semangat dalam menjelajahi dunia KI pada *start-up*.



Daftar Pustaka

- Achmad, Z.U.B. (2005). *HKI pasca TRIPs*. PT. Alumni.
- Admin DJKI. (2022). Sengketa goto: DJKI klarifikasi alasan gojek & tokopedia dapatkan sebagian mereknya. Diakses pada 10 Maret 2023, dari <https://www.dgip.go.id/index.php/artikel/detail-artikel-berita/sengketa-goto-djki-klarifikasi-alasan-gojek-tokopedia-dapatkan-sebagian-mereknya?kategori=liputan-humas>
- AIContentfy team. (2024). The Importance of Protecting Your Intellectual Property in Start-ups. Diakses pada tanggal 15 Agustus 2024 dari <https://aicontentfy.com/en/blog/importance-of-protecting-intellectual-property-in-startups>.
- Agustian, A. G. (2019). *Optimasi ekonomi digital untuk membentuk society 5.0*. Accelerated Transformation Consulting International. Diakses dari <https://actconsulting.co/optimasi-ekonomi-digital-untuk-membentuk-society-5-0/>
- Arief, B. N. (2006). *Tindak pidana Mayantara: Perkembangan Kajian Cybercrime di Indonesia*. PT. Raja Grafindo Persada.

- August, R., Mayer, D., & Bixby, M. B. (2009). *International business law: Text, cases, and readings*. Pearson Education, p. 164.
- Budi, H. S. V. (2010). Pelindungan hak moral menurut hukum hak cipta Indonesia [Disertasi]. Program Pascasarjana Universitas Gadjah Mada.
- Budhijanto, D. 2017. *Revolusi Cyberlaw Indonesia: Pembaharuan dan Revisi UU ITE 2016*. Bandung: Refika Aditama.
- Budiman, C. R. (2019). Legal protection of famous trademarks (well-known) in Indonesia. *Reformasi Hukum*, 23(1), 17. Diakses pada 09 Maret 2023 dari <https://ojs.uid.ac.id/index.php/jrh/article/view/54>.
- Calo, R., & Rosenblat, A. (2017). The taking economy: Uber, information, and power. *Columbia Law Review*, 117, 1625.
- Campbell, D., & Campbell, C. (1998). *Law of international online business: A global perspective*. Sweet & Maxwell. Published Under the Auspice of the Center of International Legal Studies.
- Casetext. (2019, November). Case No. CV 18-1844-GW-KSx: *BlackBerry Ltd. v. Facebook, Inc.* [Opinion]. Diakses pada tanggal 23 Oktober 2024 dari <https://casetext.com/case/blackberry-ltd-v-facebook-inc-1>.
- Chirillo, J. (2001). *Hack attacks revealed*. John Wiley & Sons.
- Direktori Putusan Mahkamah Agung Republik Indonesia. (2022, 22 Juni.). Putusan PN JAKARTA PUSAT 71/Pdt. Sus-HKI/Merek/2021/PN Niaga Jkt.Pst [Putusan Perkara Perdata]. Diakses pada tanggal 23 Oktober 2024 dari <https://putusan3.mahkamahagung.go.id/direktori/putusan/zaece88e9efdc86290b1313432363139.html>.
- DJKI. (2023a). Mengenal Pop Merek, Program Unggulan DJKI Tingkatkan Pelayanan KI di 2023. Pengumuman. Diakses pada 15 Agustus 2024 dari <https://www.dgip.go.id/index.php/artikel/detail-artikel-berita/mengenal-pop-merek-program-unggulan-djki-tingkatkan-pelayanan-ki-di-2023?kategori=Berita%20Resmi%20Indikasi%20Geografis>

- DJKI. (2023b). Pangkalan data kekayaan intelektual [Mesin pencarian]. Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual. <https://pdki-indonesia.dgip.go.id/>
- Emtrade. (2022, 22 Juni). Apa itu dot com Bubble? Peristiwa runtuhnya industri start-up [Pos blog]. <https://emtrade.id/blog/8867/apa-itu-dot-com-bubble-peristiwa-runtuhnya-industri-start-up>
- Ewelukwa, U. U. (2006). Comparative trademark law: Fair use defense in The United States and Europe-The changing landscape of trademark law. *Widener Law Review*, 13, 101.
- GoJek. (2023). Tentang GoJek. GoJek Indonesia. <https://d24q9vurymtq75.cloudfront.net/about/>
- Fajrina, H. N. (2021, 6 April). Google menang kasus hak cipta oracle, tak jadi bayar Rp130 T. *CNN Indonesia*. Diakses pada 09 Maret 2023, dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20210406094356-185-626399/google-menang-kasus-hak-cipta-oracle-tak-jadi-bayar-rp130-t>
- Fauzan, R. (2020, 12 Maret). Platform digital jadi kunci perusahaan melakukan ekspansi. *Bisnis Tekno*. Diakses pada 28 Maret 2021, dari <https://teknologi.bisnis.com/read/20200312/84/1212554/platform-digital-jadi-kunci-perusahaan-melakukan-ekspansi>
- Frymark, J. C. (2003). Trademark dilution: A proposal to stop the infection from spreading. *Valparaiso University Law Review*, 38, 170.
- Halt, G. B., Donch, J. C., Stiles, A. R., & Fesnak, R. (2017). *Intellectual property and financing strategies for technology startups* (pp. 29-30). Springer.
- Hasim, M. S. (2002). *Mengenal undang-undang media dan siber*. Utusan Publications & Distributors, Sdn Bhd.
- Hidayat, A. A. N. (2022). Karena masalah hak cipta, goto dan Nadiem Makarim digugat Rp 41,9 T. *Tempo*. Diakses pada 09 Maret 2023, dari <https://www.tempo.co/ekonomi/karena-masalah-hak-cipta-goto-dan-nadiem-makarim-digugat-rp-41-9-t-280592>

- Husnayain, I., & Mawardi, M. K. (2018). Implementasi lean canvas pada startup dalam menghadapi persaingan. *J. Adm. Bisnis*, 55(2), 30-38.
- Ibrahim. (1997). *Prospek BUMN dan kepentingan umum*. Citra Aditya Bakti.
- Imaniyati, N. S. (2010). Perlindungan HKI sebagai upaya pemenuhan hak atas IPTEK, Budaya dan Seni. *Jurnal Media Hukum*, 17(1).
- Jened, R. (2015). *Hukum merek (trademark law): dalam era global dan integrasi ekonomi*. Prenadamedia Group.
- Kansil, C. S. T. 1989. *Pengantar ilmu hukum dan tata hukum Indonesia*. Balai Pustaka.
- Keegan, W. J., & Green, M. C. (2008). *Global marketing (5th ed)*. **Pearson/Prentice Hall**.
- Kharisma, F. (2023). Pelaksanaan pembayaran royalti atas lagu dalam live performance kepada pencipta lagu di kafe kopi Roemah Kesambi kota Cirebon. *Journal of Intellectual Property (JIPRO)*, 5(1), 9.
- Kurniawan, T. (2020). Penerapan dan pemanfaatan hak kekayaan intelektual bagi startup di Indonesia. *Hukum Bisnis dan Teknologi Informasi*, 1-10.
- Kusumaatmadja, M. (2006). *Konsep-konsep hukum dalam pembangunan*. Alumni.
- Lafley, A. G., & Martin, R. L. (2013). *Playing to win: How strategy really works*. Harvard Business Review Press.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2020). *E-commerce 2019: Business, technology, society*. Pearson.
- Lindsey, T., Damian, E., Butt, S., & Utomo, T. S. (2013). *Hak kekayaan intelektual: Suatu pengantar*. Alumni.
- Makarim, E. (2003). *Kompilasi hukum telematika*. PT Raja Grafindo Perkasa.
- Mariska. (2025). Hak Kekayaan Intelektual untuk Startup dan Alasan Harus Mendaftarkannya!. Diakses pada 2 Januari 2025 dari <https://kontrakhukum.com/article/pentingnya-haki-untuk-startup/>.

- Masoud, N., Nam, D., Yu, J., & Jayakrishnan, R. (2017). Promoting peer-to-peer ridesharing services as transit system feeders. *Transportation Research Record*, 2650(1), 74-83.
- Maxmanroe. (2020). Apa Itu Startup: Pengertian, dan Perkembangan Bisnis Startup di Indonesia. Diakses pada 09 Maret 2023 dari <https://www.maxmanroe.com/apa-itu-startup.html>.
- McCarthy, J. T. (2005). *McCarthy on Trademarks and Unfair Competition* (4th ed., § 3:2).
- Mertokusumo, S. (2001). *Penemuan hukum sebuah pengantar*. PT. Liberty.
- Riadi, M. (2022, December 1). Start-up: Pengertian, ciri, pendanaan dan tahapan memulai. *Kajian Pustaka*. Diakses pada 09 Maret 2023 dari <https://www.kajianpustaka.com/2022/12/start-up.html>
- Nasution, M. (2022, 9 Januari). Gugatan hak cipta Gojek, menanti keadilan bagi pencipta gagasan kelas UKM. *Kompas.com*. <https://money.kompas.com/read/2022/01/09/151859926/gugatan-hak-cipta-gojek-menanti-keadilan-bagi-pencipta-gagasan-kelas-ukm?page=all>
- OCBC. (2023, 19 Mei). Apa itu perusahaan startup? Ini ciri, sejarah, dan contohnya. <https://www.ocbc.id/id/article/2023/05/19/perusahaan-startup-adalah?keyword=apa+itu+peru>
- Pengadilan Negeri Jakarta Pusat. (2022). Sistem informasi penelusuran perkara. Mahkamah Agung RI. Diakses pada 27 Januari 2022 dari http://sipp.pn-jakartapusat.go.id/list_perkara.
- Pengadilan Negeri Jakarta Pusat. (2024). *Perkara Hak Cipta: 86/Pdt.Sus-HKI/Cipta/2021/PN Niaga Jkt.Pst*. Sistem Informasi Penelusuran Perkara, Mahkamah Agung RI. Diakses pada 23 Oktober 2024 http://sipp.pn-jakartapusat.go.id/index.php/detil_perkara.
- Peraturan Pemerintah Nomor 56 Tahun 2021 tentang Pengelolaan Royalti Hak Cipta Lagu dan/atau Musik
- Peraturan Presiden Nomor 44 Tahun 2015 Tentang Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia.

- Perez, S. (2018, 20 Desember). Spotify settles the \$1.6B copyright lawsuit filed by music publisher Wixen. TechCrunch. Diakses pada 23 Maret 2019, dari <https://techcrunch.com/2018/12/20/spotify-settles-the-1-6b-copyright-lawsuit-filed-by-music-publisher-wixen/#:~:text=Spotify%20has%20settled%20the%20%241.6%20billion%20lawsuit%20filed,of%20thousands%20of%20songs%20without%20a%20proper%20license.>
- Permata, R. R., et al. 2021. *Pelanggaran merek di Indonesia*. PT Refika Aditama.
- Phil. (2023, 15 Juli). Creating a moat for your start-up: Challenges and solutions! [Pos artikel]. LinkedIn. Diakses dari [https://www-linked-in-com.translate.goog/pulse/creating-moat-your-start-up-challenges-solutions-prashant-aka-phil-k?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc.](https://www.linkedin-com.translate.goog/pulse/creating-moat-your-start-up-challenges-solutions-prashant-aka-phil-k?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc)
- Prastyaningtyas, E. W. (2019). Dampak ekonomi digital bagi perekonomian Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen Ekonomi dan Akuntansi (SENMEA) IV*, Fakultas Ekonomi, Universitas Nusantara PGRI Kediri, 104–105.
- Purba, A.Z.U. (2005). *Hak kekayaan intelektual pasca TRIPs*. Alumni.
- Purwandoko, P. H., & Imanullah, M. N. (2017). Application of natural law theory (the natural right) to protect the intellectual property. *Yustisia*, 6(1), 134-158.
- Purwanto. (2007). *Penelitian tentang pelindungan hukum data digital*. Badan Pembinaan Hukum Nasional, Kementerian Hukum dan HAM RI.
- Purwandoko, P. H., & Imanullah, M. N. (2017). Application of natural law theory (the natural right) to protect the intellectual property. *Yustisia*, 6(1), 134-158.
- Rafianti, L., & Amirulloh, M. (2008). *Pelindungan merek terkenal di Indonesia berdasarkan ketentuan hukum internasional dibandingkan dengan trademark dilution revision act of 2006 Amerika Serikat*. Laporan Penelitian Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran, 7.

- Ramli, A. M. 2019. *Hukum Kekayaan Intelektual*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Ranchordás, S. (2015). Does sharing mean caring? Regulating innovation in the sharing economy. *Tilburg Law School Legal Studies Research Paper Series*, 6, 4–5.
- Redaksi Selular. (2021). *Pertempuran satu dekade antara Google dengan Oracle telah usai*. Selular.ID. Diakses pada 23 Maret 2019, dari <https://selular.id/2021/04/pertempuran-satu-dekade-antara-google-dengan-oracle-telah-usai/>
- Reuters. (2018). Spotify dituntut \$1,6 miliar atas pelanggaran hak cipta. *VOA Indonesia*. Diakses pada 23 Maret 2019, dari <https://www.voaindonesia.com/a/spotify-dituntut-1-koma-6-miliar-dolar-atas-pelanggaran-hak-cipta/4190189.html>
- Riswandi, B. A. (2009). *Hak cipta di internet: Aspek hukum dan permasalahannya di Indonesia*. UII Press, 53–54.
- Saidin, O. K. (2003), *Aspek hukum hak kekayaan intelektual (intellectual property rights)*. PT Raja Grafindo Persada
- Sastrawidjaja, M. S. (2002). *Perjanjian baku dalam aktivitas dunia maya, cyberlaw: Suatu pengantar*. Elips II.
- Sitoesmi, A. R. (2023, 19 Juni). Startup adalah perusahaan rintisan, pahami ciri-ciri dan perkembangannya di Indonesia. *Liputan6.com*. <https://www.liputan6.com/hot/read/5308928/startup-adalah-perusahaan-rintisan-pahami-ciri-ciri-dan-perkembangannya-di-indonesia?page=2>,
- Soekardono, R. 1983. *Hukum Dagang Indonesia*, Jilid I, Cetakan ke-8. Jakarta: Dian Rakyat.
- Susilawati, R. (2023, 30 Agustus). Spiralife: Start-up agritech Indonesia sukses tembus pasar global. *Beritajatim.com*. <https://beritajatim.com/teknologi/spiralife-start-up-agritech-indonesia-sukses-tembus-pasar-global/>
- Sutjipto, H. P., & Purwo, N. (1984). *Pengertian pokok-pokok hukum dagang Indonesia*. Djambatan.

- Suwiknyo, E. (2022, 7 Januari). Sengketa merek GoTo vs Terbit Fintech, begini update kasusnya. *Bisnis Indonesia*. Diakses pada 10 Maret 2023, dari <https://kabar24.bisnis.com/read/20220107/16/1486316/sengketa-merek-goto-vs-terbit-fintech-begini-update-kasusnya>
- Tim CNN Indonesia. (2022, 28 Juli). BCA kaji sertifikat HAKI jadi tambahan jaminan kredit. *CNN Indonesia*. Diakses pada 4 Desember 2022, dari <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20220727193502-78-827057/bca-kaji-sertifikat-haki-jadi-tambahan-jaminan-kredit>, pukul 07.05 WIB.
- Tim detikcom. (2022). Bikin Gojek Digugat Rp 24 T, Pahami Dulu Aturan soal Hak Cipta. *detik.com*. Diakses pada 09 Maret 2023, dari <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5885819/bikin-gojek-digugat-rp-24-t-pahami-dulu-aturan-soal-hak-cipta/>
- Tim detikcom. (2022, 5 Januari). Bikin Gojek digugat Rp 24 T, pahami dulu aturan soal hak cipta. *detik.com*. Diakses pada 09 Maret 2023, dari <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5885819/bikin-gojek-digugat-rp-24-t-pahami-dulu-aturan-soal-hak-cipta/>
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU MIG)
- Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta Van Apeldoorn. (2015). *Pengantar ilmu hukum*. Balai Pustaka.
- VAP. (2022, 9 Juni). Kasus sengketa merek, GoTo lolos dari gugatan Rp 2 T. *CNBC Indonesia*. Diakses pada 10 Maret 2023, dari [https://www.cnbcindonesia.com/market/20220609143829-17-345714/kasus-sengketa-merek-goto-lolos-dari-gugatan-rp-2-t#:~:text=Kini%2C%20PT%20Tokopedia%20dan%20PT,2022\)%2C%20seperti%20dilaporkan%20detikcom.](https://www.cnbcindonesia.com/market/20220609143829-17-345714/kasus-sengketa-merek-goto-lolos-dari-gugatan-rp-2-t#:~:text=Kini%2C%20PT%20Tokopedia%20dan%20PT,2022)%2C%20seperti%20dilaporkan%20detikcom.)

- Weitman, M. B. (2005). Fair use in trademark in the post-KP permanent world-how incorporating principles from copyright law will lead to less confusion in trademark. *Brook. L. Rev.*, 71, 1665.
- WIPO. (2023). Valuing intellectual property assets [Pos artikel web]. World Intellectual Property Assets. Diakses dari <https://www.wipo.int/sme/en/ip-valuation.html>



Tentang Penulis

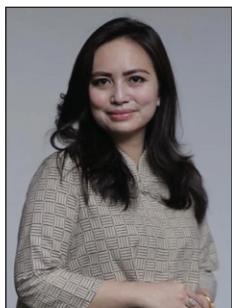


Rika Ratna Permata, adalah dosen pada Departemen Teknologi Informasi Komunikasi dan Kekayaan Intelektual, Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran. Pendidikan jenjang sarjana ditempuh tahun 1987, magister tahun 1998, dan Program Doktor Hukum di Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran tahun 2013. Penulis aktif melakukan penelitian serta memublikasikan berbagai tulisan pada buku-buku serta jurnal nasional dan internasional.

Beberapa tulisan penulis, di antaranya “Similarity in Indonesia Trademark

Law” pada NTUT Journal of Intellectual Property Law and Management, dan Proceeding 3rd Annual International Conference on Law (Cambridge) Conference Analyse dengan judul “Cancellation of Well Known Mark in Indonesia based on Law Number 15 Year 2001 about Trademark (Indonesian Case: IKEA v IKEMA)”. Keahlian penulis di antaranya pada bidang *cyber law*, hukum kekayaan

intelektual, hukum hak cipta, dan hukum perdata internasional. Selain itu, penulis aktif menjadi pembicara pada berbagai seminar nasional dan konferensi internasional, seperti menjadi pemakalah pada Applied Research Centre for Intellectual Assets and the Law in Asia School of Law, Singapore Management University-WIPO, dengan judul “Trademark vs Domain Name in Dilution Perspective” di Singapura pada 2017. *E-mail*: rika.ratna@unpad.ac.id



Tasya Safiranita Ramli, lahir di Bandung pada 12 Juli 1988, saat ini beliau sebagai Kepala Pusat Studi *Cyber Law* dan Transformasi Digital, serta dosen di Departemen Teknologi Informasi Komunikasi dan Kekayaan Intelektual (TIK dan KI), Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran yang memiliki pengalaman sebagai dosen dan peneliti tentang TIK dan KI. Menempuh pendidikan tinggi dengan predikat *cum laude* pada keseluruhan jenjang yakni S-1, S-2 dan S-3 dengan menyelesaikan sarjana pada tahun (2005–2008), magister pada tahun (2009–2010), dan program doktor hukum pada tahun (2018–2020) di Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran. Saat melakukan penelitian, beliau telah menulis beberapa artikel surat kabar, buku, jurnal nasional dan jurnal internasional bereputasi tentang teknologi informasi komunikasi dan kekayaan intelektual, dan berfokus pada hukum *e-commerce*, hukum telekomunikasi dan media digital, hukum siber dan kekayaan intelektual. Dalam beberapa kesempatan, beliau juga beberapa kali menjadi pembicara di seminar nasional dan seminar internasional. Adapun, beliau juga merupakan seorang reviewer pada jurnal internasional bereputasi Scopus Q2 dan Q3. *E-mail*: tasya_safiranita@yahoo.com



Reggina Salsabila Putri Gunawan, lahir di Bandung pada 22 Januari 2001, saat ini bekerja sebagai Analis Kebijakan Ahli Pertama di Kementerian Komunikasi dan Digital. Penulis menempuh pendidikan tinggi S-1 di Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran (2019–2023) dengan program kekhususan Hukum Teknologi Informasi dan Komunikasi serta Kekayaan Intelektual. Penulis juga aktif menulis artikel ilmiah yang dipublikasikan pada jurnal nasional di bidang kekayaan intelektual dan hukum teknologi. *E-mail*: reggina.salsabilaa@gmail.com.



Justisiari P. Kusumah, lahir di Bandung pada 31 Maret 1970, saat ini beliau menjabat sebagai *Managing Partner* sekaligus pendiri dari firma hukum K&K Advocates. Beliau telah dianugerahi penghargaan sebagai pengacara paling direkomendasikan untuk bidang hak kekayaan intelektual (HKI) oleh Asia Pacific Legal 500, World Trademark Review, serta Chambers Asia. Menempuh pendidikan tinggi pada Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran, jenjang S-1 Hukum tahun 1996, S-2 Magister Hukum tahun 2012 dan S-3 Program Doktor Ilmu Hukum pada tahun 2019 di Fakultas Hukum Universitas Pelita Harapan. Terlibat dalam penyusunan berbagai peraturan terkait HKI sebagai anggota tim ahli HKI di bawah Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Pada tahun 2012–2016. Dalam beberapa kesempatan, beberapa kali menjadi pembicara di seminar dan forum nasional dan internasional. Selain itu, menjadi anggota delegasi Indonesia untuk menghadiri audiensi publik United States Trade Representative (USTR)

di Washington, Amerika Serikat, dan menghadiri sidang majelis umum World Intellectual Property Organization (WIPO) di Jenewa, Swiss. Saat ini beliau juga aktif sebagai *Executive Director* Masyarakat Indonesia Anti Pemalsuan, anggota Committee Alternative Dispute Resolution–International Trademark Association (INTA), anggota Dewan Council Diversity, Equality & Inclusivity–INTA, Selain itu, beliau juga aktif sebagai dosen tamu di beberapa universitas serta aktif menulis artikel dan buku di bidang hukum khususnya HKI dan hukum teknologi. Beliau juga merupakan Dewan Pembina Pusat Penelitian HKI dan Hukum Teknologi Pandya Astaghina Institute. *E-mail*: justikusumah@kk-advocates.com



Svetlana Agatha Subagyo, lahir di Jakarta pada tanggal 21 Januari 1998, saat ini bekerja sebagai *associate* di K&K Advocates yang berpraktik di bidang hak kekayaan intelektual (HKI), komersial HKI, dan *technology, media and telecommunication*. Telah membantu klien Indonesia dan asing dalam berbagai bidang HKI dan masalah perusahaan secara umum. Pengalamannya termasuk memberikan

layanan konsultasi sehubungan dengan waralaba, perizinan, media, telekomunikasi, dan membantu klien mendapatkan perlindungan merek dagang mereka di Indonesia. Beliau telah terlibat dalam mendukung hal-hal terkait kekayaan intelektual dari berbagai industri, seperti perusahaan FMCG, *fashion*, transportasi berbasis aplikasi, F&B, media, dan *e-commerce*. Menempuh pendidikan tinggi dengan predikat *cum laude* pada jenjang S-1 Hukum, Fakultas Hukum Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya pada tahun 2016–2020. Dalam beberapa kesempatan, juga aktif dalam menulis artikel, buku, dan jurnal nasional terkait dengan bidang hukum. *E-mail*: svetlana.subagyo@kk-advocates.com



Gilang Sephia Alfarisi, lahir di Depok pada 2 Januari 2001, saat ini bekerja sebagai *associate* di K&K Advocates yang berpraktik di bidang *general corporate* dan *technology, media, and telecommunication*. Memiliki pengalaman memberikan konsultasi hukum perihal kepatuhan terhadap perlindungan data pribadi dan kepatuhan penyelenggara sistem elektronik. Telah menangani berbagai klien dari berbagai industri, termasuk lembaga pendidikan, FMCG, industri telekomunikasi, industri kimia dan farmasi, penyedia jasa pembayaran, dan industri kreatif. Menempuh pendidikan S-1 Hukum di Fakultas Hukum Universitas Indonesia pada tahun 2019–2023. Saat menempuh pendidikan tinggi, menulis artikel jurnal di bidang hukum teknologi. Saat ini, juga aktif dalam menulis artikel populer dan buku di bidang hak kekayaan intelektual dan hukum teknologi.
E-mail: gilang.alfarisi@kk-advocates.com



Indeks

Aset, vi, 51, 52, 53

Awam, 72

Bisnis, 37, 65, 69, 83, 84, 85, 87

Ciptaan, 20, 21, 38

Gugatan, xi, 37, 41, 44, 84

Hak Cipta, v, xi, 3, 19, 20, 21, 22,

35, 37, 38, 49, 57, 61, 64,

85, 87

Hak Eksklusif, 21

Hukum, xv, xix, xxiii, xxiv, 2, 14,

44, 60, 61, 67, 74, 83, 84, 85,

86, 87, 89, 90, 91, 92, 93

Invensi, 31

Karya, ii, xi, 39, 41

Kasus, xi, 37, 41, 44, 69, 71, 88

Kekayaan Intelektual, v, vi, xiii, xv,

xviii, xix, xxi, xxiv, 1, 2, 5, 6,

23, 43, 48, 51, 52, 54, 58, 59,

60, 61, 62, 66, 67, 72, 75, 77,

82, 86, 89, 90

Layanan, 76

Lisensi, ii, vi, 54, 55, 56, 57, 58, 59,

60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67,

69, 70

Mekanisme, 64, 65

Merek, v, xi, 23, 24, 25, 26, 28, 29,

31, 37, 39, 41, 42, 43, 50, 57,

61, 69, 70, 82, 88

Objek, 20, 53, 59, 71

Paten, v, xi, 31, 32, 43, 44, 45, 51, 56, 57, 59, 60, 61	Risiko, 66, 67, 68, 74
Pelindungan, v, 3, 23, 31, 32, 48, 49, 67, 72, 73, 74, 75, 81, 86	Royalti, 64, 65, 85
Pemanfaatan, vi, 12, 15, 52	Sengketa, 74, 81, 87
Pendaftaran, 22, 23, 25, 26, 37, 50, 51, 73, 76	Solusi, vi, 72, 75
Perjanjian, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 67, 72, 77, 87	<i>Start-up</i> , v, vi, xv, xvii, xviii, xix, xxi, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 12, 17, 23, 35, 48, 72, 74, 75, 87
Perusahaan, v, xiii, xvii, 4, 5, 6, 7, 12, 39, 48, 50, 52, 56, 69, 72, 74, 75, 77	Strategi, 47, 50, 52, 62, 67, 68, 85
Praktik, 66	Tantangan, v, vi, 12, 66, 67, 68, 72, 73, 75, 79
	Teknologi, xxiv, 9, 77, 84, 89, 90, 91

Hak kekayaan intelektual adalah hak eksklusif yang diberikan kepada pencipta karya berdasarkan pemikiran mereka, karya tersebut memiliki bentuk, sifat, atau memenuhi kriteria tertentu berdasarkan ketentuan undang-undang yang berlaku.

Buku Kekayaan Intelektual pada Strat-up di Indonesia ini mengulas tentang apa itu hak kekayaan intelektual (HKI) dan peran penting HKI pada perusahaan start-up. Selain itu, buku ini mengulas bagaimana mengajukan HKI, kasus-kasus pelanggaran HKI, hingga dasar serta aturan tentang HKI. Perusahaan start-up perlu memperhatikan dan mendaftarkan perlindungan HKI yang dimiliki karena secara prinsip, HKI adalah aset berharga bagi perusahaan yang perlu dilindungi.

BRIN Publishing
The Legacy of Knowledge

Diterbitkan oleh:
Penerbit BRIN, anggota Ikapi
Gedung B.J. Habibie Lt. 8,
Jln. M.H. Thamrin No. 8,
Kota Jakarta Pusat 10340
E-mail: penerbit@brin.go.id
Website: penerbit.brin.go.id

DOI: 10.55981/brin.1076



ISBN 978-602-6303-78-3

