

## PELINDUNGAN HUKUM ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL PRODUK DIGITAL USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH

Fianka Aiza <sup>1)</sup>

Fakultas Hukum Universitas Indonesia, Jakarta, Indonesia <sup>1)</sup>

Corresponding Author :

[fiankaaiza@gmail.com](mailto:fiankaaiza@gmail.com) <sup>1)</sup>

### Abstrak

Perkembangan teknologi sangat pesat dewasa ini dan telah merambah dalam banyak aktivitas masyarakat, salah satunya adalah penggunaan teknologi dalam pasar. Banyak produk dari perusahaan yang dijual melalui pasar digital yang dikenal dengan sebutan *e-commerce*. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan usaha berskala kecil, namun mempunyai kontribusi yang besar terhadap PDB di Indonesia. Agar dapat bersaing dalam perdagangan bebas yang terjadi saat ini di ASEAN dan dalam lingkup global, diperlukan adanya digitalisasi produk UMKM. Produk yang dimiliki suatu usaha memiliki nilai ekonomis di dalamnya, produk adalah kekayaan intelektual. Namun kesadaran UMKM terhadap pentingnya melindungi hak kekayaan intelektual atas produk-produk tersebut masih rendah sehingga berpotensi terjadinya pelanggaran kekayaan intelektual.

**Kata Kunci:** UMKM; Digitalisasi Produk; Hak Kekayaan Intelektual.

### Abstract

*Technology has been advancing rapidly and seeps through many elements of society, one of them being the use of technology in markets. Products of companies are sold through digital market known as e-commerce. Micro, Small, and Medium Enterprises (MSME) are small in business scale, however they contribute to a huge percentage of GDP in Indonesia. In order to keep up with the current free trade in ASEAN and in the global scope, there is a need for the digitalization of MSMEs product. The products of any enterprises contains intellectual property which holds economic value. However, the awareness to the protection of intellectual property right on those products are low for MSMEs, which is a potential for intellectual property infringement.*

**Keywords:** MSME; Intellectual Property Rights; Digitalization.

### PENDAHULUAN

Dampak digitalisasi semakin meluas ke seluruh dunia, terlebih lagi setelah pandemi melanda di penghujung tahun 2019, dimana segala aktivitas yang biasa dilakukan secara fisik (luring) dilakukan dengan menggunakan pemanfaatan teknologi (daring), seperti belanja online melalui e-commerce, menonton film melalui platform online, hingga pertemuan dan seminar yang dilakukan melalui platform online seperti zoom, google meet, dan lain-lain (Marwan, 2021). Banyak sektor dalam suatu negara yang

#### History:

Received : 25 Juni 2023

Revised : 10 Oktober 2023

Accepted: 25 Desember 2023

Published: 26 Desember 2023

**Publisher:** LPPM Universitas Darma Agung

**Licensed:** This work is licensed under

[Attribution-NonCommercial-No](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

[Derivatives 4.0 International \(CC BY-NC-ND 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)



beralih dari metode konvensional ke metode berbasis teknologi, hal ini dikenal dengan istilah digitalisasi.

Terdapat perjanjian pada tingkat global dalam bidang perdagangan, yaitu *Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights* (TRIPS) yang membahas secara spesifik mengenai hak kekayaan intelektual dalam aspek perdagangan. Traktat ini merupakan kesepakatan di bawah World Trade Organization (WTO) dengan tujuan untuk penyeragaman sistem perlindungan hak kekayaan intelektual dalam lingkup Internasional. Setiap pengaturan tentang hak kekayaan intelektual harus tunduk dan sesuai dengan TRIPS, artinya anggota WTO harus membuat peraturan tentang Hak Kekayaan Intelektual yang sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang ada dalam TRIPS.

Kesadaran akan adanya isu ekonomi berkaitan dengan kekayaan intelektual sudah ada sejak lama sebelum adanya hukum modern dan gerakan ekonomi. "Kekayaan intelektual" berarti gagasan, invensi, penemuan, simbol, gambar, karya ekspresif (verbal, visual, musik, teatral), atau singkatnya setiap produk manusia yang mempunyai nilai ekonomis dan berisi informasi yang memiliki keberadaan yang dapat dipisahkan dari perwujudan fisik. Apabila produk Kekayaan intelektual tersebut dituangkan dalam bentuk fisik, maka produk tersebut dikategorikan dalam hak milik.

Banyak perspektif yang dapat diambil dalam meninjau aspek Kekayaan Intelektual, baik melalui perspektif ekonomi, politik, hingga aspek hukum. Dilihat dari aspek ekonomi, kekayaan intelektual merupakan benda atau harta yang dapat diperjual belikan demi memenuhi kebutuhan ekonomi penciptanya. Dari sudut pandang politik, hak kekayaan intelektual menjadi senjata bagi negara maju untuk "memengaruhi" negara-negara berkembang. Hal ini dilihat dari kajian mengenai hak kekayaan intelektual yang menjadi poin penting dalam WTO dalam mengeluarkan TRIPS. Kajian mengenai hak kekayaan intelektual mencakup banyak hal, mulai dari hak cipta, paten, merek, desain industri, sirkuit terpadu, hingga varietas tanaman.

Di era digital saat ini, sebuah ciptaan dalam bentuk digital merupakan hal yang lumrah ditemui di berbagai bidang kehidupan kita sehari-hari. Kita bisa menemukan musik digital, film digital, lukisan digital, atau bahkan pasar digital yang dikenal dengan e-commerce. Pengaruh pesatnya perkembangan teknologi digital dapat memberikan dampak negatif dan positif terhadap penggunaannya, baik dari segi aksesibilitas maupun manfaatnya, terutama bagi generasi muda yang memahami teknologi namun tidak mengetahui akibat yang ditimbulkan dari suatu pelanggaran hukum. Prinsip kebebasan informasi dan kebebasan akses merupakan sebuah ancaman, meskipun yang sekilas terlihat adalah dampak positif dari teknologi, namun terdapat peluang bagi individu untuk menggandakan, memperbanyak dan/atau menyebarkan ciptaan atau informasi yang dengan mudahnya diakses. Potensi pelanggaran hak kekayaan intelektual, baik hak moral maupun hak ekonomi pencipta dan/atau pemilik HKI itu sendiri semakin besar terlebih lagi jika ciptaan diakses tanpa izin pencipta,

apalagi memanfaatkan ciptaan bukan sebagaimana hal tersebut dimaksudkan untuk digunakan.

Indonesia merupakan negara anggota ASEAN (Association of Southeast Asian Nations) yang terdiri atas seluruh negara di Asia Tenggara. Pada tahun 2015, ASEAN menerapkan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) yang memaparkan perdagangan bebas antar negara, baik perdagangan dalam bentuk barang, jasa, hingga investasi (Bangun, 2015). Indonesia harus menyesuaikan diri agar mampu bersaing pada arus perdagangan bebas MEA, sehingga perlu adanya persiapan dari aspek sumber daya manusia. Salah satu rencana strategis pemerintah sebagai langkah bagi Indonesia untuk menghadapi MEA adalah penguatan sektor Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Karena UKM memprioritaskan partisipasi masyarakat secara luas untuk meningkatkan potensi ekonomi Indonesia dan tidak terpaku pada bisnis skala besar saja.

Ketentuan-ketentuan mengenai UMKM ditetapkan oleh Pemerintah Melalui UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Pasal 3 UU No.20/2008 menyatakan bahwa tujuan UMKM sebagai berikut: "Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan".

Dalam pengembangannya, UMKM mempunyai salah satu tujuan yang dicita-citakan negara, yaitu memajukan dan membangun perekonomian nasional. Pertumbuhan ekonomi di Indonesia bertumpu pada usaha yang dijalankan masyarakatnya, termasuk UMKM. Peranan UMKM pada pertumbuhan perekonomian Indonesia mencapai 99% dari seluruh unit usaha. Kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai 60,5%, dan potensi lapangan kerja sebesar 96,9% dari total serapan tenaga kerja nasional.

Bagi pelaku usaha, termasuk UMKM sekalipun, Kekayaan Intelektual adalah salah satu aspek penting untuk diperhatikan. Pelindungan hukum atas suatu produk dengan kekayaan intelektual di dalamnya, baik sebagai pencipta produk dan pemilik produk tersebut, adalah hal yang penting demi memanfaatkan hak ekonomi atas produk tersebut secara sah dan legal. Apabila kekayaan intelektual suatu produk telah terdaftar, maka pemilik kekayaan intelektual tersebut, dalam hal ini UMKM, mendapatkan perlindungan hukum dan dapat memanfaatkan nilai ekonomi dari produknya tersebut. Oleh karena itu, kekayaan intelektual milik UMKM wajib didaftarkan sebelum atau saat menjalankan usahanya. Pendaftaran kekayaan intelektual oleh UMKM, baik itu merek atau hak cipta, mempunyai tujuan untuk mengetahui apakah kekayaan intelektual yang didaftarkan tersebut sudah ada sebelumnya atau tidak. Hal ini untuk menghindari tuntutan hukum dari pihak lain, misalnya apabila ternyata merek yang diajukan sudah terdaftar sebelumnya dan oleh sebab itu pemakaian merek menjadi tidak sah. Merek adalah aset yang penting bagi seluruh badan usaha, bahkan UMKM sekalipun.

UMKM masih menganggap remeh urgensi HKI, banyak yang menilai pendaftaran HKI bukanlah hal yang krusial. Sebagian besar pelaku usaha di Indonesia masih menggunakan cara-cara tradisional dalam berdagang, sehingga perlindungan HKI bukanlah suatu hal yang mendesak bagi mereka. Kurangnya sosialisasi yang dilakukan pemerintah mengenai HKI mengakibatkan para pelaku usaha bahkan tidak mengetahui sama sekali tentang HKI. Ada banyak bidang UMKM yang perlu diperhatikan dalam perlindungan HKI, misalnya bidang kuliner, fashion, dan agrobisnis. Oleh karena itu, penting untuk menyadari betapa pentingnya perlindungan Hak Kekayaan Intelektual di segala bidang, terutama bagi UMKM karena produknya rentan dilanggar hak kekayaan intelektualnya oleh pihak lain.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dikaji menggunakan metode penelitian hukum doctrinal atau normative. Metode ini berarti dalam pelaksanaan penelitian ini, dilakukan analisa terhadap kaidah-kaidah, asas, hingga doktrin hukum. Analisa yang dilakukan berdasarkan metode ini dilakukan secara ketat dan kritis terhadap hukum secara normatif, doktrin terkait, hingga implementasinya pada masyarakat secara luas. Dalam penelitian ini, terdapat analisa terhadap undang – undang yang berkaitan dengan pelindungan atas kekayaan intelektual, dinamika UMKM dewasa ini, serta *status quo* atas keadaan penerapan hukum pelindungan HKI dalam lingkup UMKM. Landasan penelitian doktrin hukum difokuskan pada studi kepustakaan yang mengacu pada analisis bahan hukum primer dan analisis bahan hukum sekunder.

Ada beberapa tujuan penelitian hukum doktrinal, yaitu:

- (1) Untuk mempelajari hukum perkara dan hukum perundang-undangan, dengan maksud untuk menemukan hukum,
- (2) Untuk konsistensi dan kepastian hukum,
- (3) (Pada tingkatan tertentu) melihat tujuan dan kebijakan hukum yang ada

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **(1) UMKM di Indonesia dan Urgensi Pelindungan Hak atas Kekayaan Intelektual**

Indonesia merupakan salah satu negara yang menyetujui gagasan untuk mewujudkan *ASEAN Free Trade Area* (AFTA). Indonesia yang berpartisipasi sebagai salah satu negara anggota *World Trade Organization* (WTO) dan *Asia Pacific Economic Cooperation* (APEC), menunjukkan bahwa pemerintah bersungguh-sungguh turut mendukung perekonomian bebas. Pemerintah juga mendorong para pelaku usaha Indonesia, skala besar maupun kecil, untuk meningkatkan kemampuan mereka bersaing dalam sistem perekonomian skala besar. Semakin besar arus ekonomi yang ada, semakin besar pula ekspektasi atas kualitas produk yang baik serta perlindungan produk yang sesuai dengan perkembangan teknologi yang pesat. Perlindungan hak atas kekayaan intelektual memegang peranan penting dalam mendukung

perkembangan teknologi dan pesatnya pemanfaatan teknologi dalam lingkup komersial.

Agar dapat bersaing dengan negara anggota ASEAN lainnya yang berintegrasi dalam satu pasar bebas yang besar, Indonesia mempunyai urgensi untuk mengatur kebijakan yang strategis untuk menguatkan pelindungan atas HKI. Produk-produk yang dihasilkan oleh para pelaku usaha di Indonesia, terutama produk milik UMKM, harus mendapatkan perlindungan dalam aspek Kekayaan intelektualnya. Produk yang dijual di pasar dalam negeri maupun luar negeri wajib mendapatkan perlindungan atas kekayaan intelektualnya. Hal ini adalah untuk mencegahterjadinya pelanggaran HKI lintas negara, seperti misalnya pencurian merek, pemanfaatan ekonomi secara tidak sah dan legal, dan lainnya oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab.

Kekayaan intelektual didefinisikan oleh *World Intellectual Property Organization* (WIPO) sebagai ciptaan yang merupakan manifestasi dari gagasan yang berupa karya seni, sastra, penemuan yang digunakan dalam dunia perdagangan. Hak dalam kekayaan intelektual terdiri atas dua jenis hak, yaitu hak cipta dan hak milik industri. Yang termasuk dalam hak cipta antara lain karya-karya sastra mencakup novel, lukisan, puisi, music, pertunjukan seni, siaran radio bahwan siaran televisive. Sedangkan yang termasuk dalam kekayaan industri antara lain paten, merek, desain industri dan indikasi geografis.

Peraturan mengenai perlindungan hak kekayaan intelektual di Indonesia telah diakomodir berdasarkan bentuk dari kekayaan intelektual itu sendiri. Indonesia telah meratifikasi berbagai peraturan perundang-undangan di bidang HKI dengan tujuan untuk meningkatkan perlindungan HKI di Indonesia dan sebagai realisasi konvensi internasional tentang HKI, yang meliputi:

1. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta;
2. Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2016 tentang Paten;
3. Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2000 tentang Desain Industri;
4. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis;
5. Undang-Undang Nomor 29 Tahun 2000 tentang Perlindungan Varietas Tanaman;
6. Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang, dan;
7. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2000 tentang Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu.

Setiap bisnis yang dijalankan pasti memiliki Kekayaan Intelektualnya sendiri dalam bentuk tersendiri. Kekayaan Intelektual dapat diwujudkan dalam bentuk Merek Dagang, Paten, Hak Cipta, Desain Industri, Rahasia Dagang, Tata Letak Dasar Sirkuit Terpadu, dan Indikasi Geografis. Semuanya berbeda tergantung pada produksi dan fungsi masing-masing produk. Meskipun UMKM bukan bentuk badan usaha dengan skala besar, UMKM juga memiliki merek atau *brand* yang menjadi identitas yang khas dari UMKM tersebut. Oleh karenanya, UMKM harus menyadari pentingnya

mendaftarkan kekayaan intelektual produk mereka untuk memastikan bahwa tidak ada pelanggaran hak kekayaan intelektual.

Terdapat ribuan UMKM yang tersebar di Indonesia meliputi area pedesaan dan perkotaan. UMKM tersebut mampu bertahan dalam perdagangan bebas di era globalisasi dengan bantuan kearifan lokal dan keunggulan produk. Namun, kekurangannya dari produk-produk tersebut adalah masih dikemas dengan cara yang 'lama' sehingga perlu dilakukan penyempurnaan agar dapat mengikuti tren yang ada, agar lebih inovatif dan kreatif namun tetap memperhatikan aspek legal. Sebagian besar UMKM di Indonesia belum menyadari pentingnya pelindungan atas Kekayaan Intelektual, sehingga usaha yang dijalankan dengan menjual produk dan/atau jasa tidak mendaftarkan merek atau bahkan desain yang membedakannya dengan pesaing lainnya. Pemasaran produk memiliki dampak yang lebih besar melalui penggunaan media sosial, produk digital, dan bahkan lebih melalui e-commerce. Diperlukan motivasi dari internal untuk membenahi berbagai elemen UMKM, baik dari segi strategi pemasaran, branding, hingga aspek hukum terkait.

UMKM adalah usaha yang pada umumnya berskala kecil. Walaupun tidak seperti usaha besar lainnya, UMKM pun memiliki merek sendiri yang digunakan dalam produk yang mereka miliki. Kekayaan intelektual seringkali dikesampingkan oleh UMKM dan tidak menjadi urgensi yang harus ditinjau oleh UMKM. Hal tersebut terlihat dari fakta bahwa masih kurangnya pendaftaran Merek UMKM kepada Ditjen Kekayaan Intelektual RI. Sandiaga Uno, Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, menyampaikan urgensi bagi UMKM untuk melindungi kekayaan intelektual yang mereka miliki. Merek sebagai implementasi dari ide milik UMKM merupakan prioritas untuk dilindungi oleh hukum, karena merek mempunyai nilai tambah pada suatu produk. Dengan adanya nilai tambah tersebut, UMKM dapat memperoleh pemasukan yang optimal dan dapat memberi kontribusi pada ekonomi nasional.

Ketentuan terkait UMKM di Indonesia tertuang dalam UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah ("UU UMKM"). Undang-undang ini mengatur terutama mengenai pemberdayaan, kriteria, iklim usaha yang berkembang, pengembangan usaha, pembiayaan, dan aspek lainnya dalam upaya menumbuhkan UMKM di Indonesia untuk mendukung pembangunan ekonomi. Dalam Pasal 7 ayat (1) UU UMKM disebutkan bahwa pemerintah pusat serta pemerintah daerah membina iklim usaha dengan menetapkan peraturan perundang-undangan dan kebijakan yang mencakup salah satu aspek promosi perdagangan. Lebih lanjut, Pasal 14 ayat (1) huruf d UU UMKM menegaskan aspek HKI sebagai berikut: "(1) Aspek promosi dagang sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7 ayat (1) huruf g, ditujukan untuk:... d. memfasilitasi pemilikan hak atas kekayaan intelektual atas produk dan desain Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam kegiatan usaha dalam negeri dan ekspor."

Pasal 16 ayat (1) UU UMKM menyatakan bahwa pemerintah pusat dan pemerintah daerah memfasilitasi pengembangan usaha di bidang yang meliputi desain dan

teknologi. Dalam hal pengembangan dalam bidang desain dan teknologi tersebut, salah satunya dilaksanakan dengan yang tertuang dalam Pasal 20 huruf e UU UMKM yaitu dengan mendorong Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah untuk memperoleh sertifikat hak atas kekayaan intelektual.

Komponen yang penting dilindungi dalam suatu usaha UMKM adalah kekayaan intelektual dari produk yang dimilikinya, baik itu merek, hak cipta, paten, bahkan desain industri. Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia melalui Dirjen Hak Kekayaan Intelektual mencatat selama periode 2019 hingga 2021 hanya 76.294 permohonan pendaftaran HKI yang diajukan UMKM, dimana jumlah UMKM yang beroperasi di Indonesia mencapai angka 65,4 juta. Jumlah pemohon untuk pendaftaran HKI bahkan tidak mencapai 1% dari keseluruhan UMKM yang ada di Indonesia, hal ini menunjukkan minimnya kesadaran UMKM akan pentingnya pendaftaran hak kekayaan intelektual atas produk mereka.

## **(2) Pelindungan Kekayaan Intelektual Produk Digital UMKM**

UMKM yang merupakan bentuk usaha atau bisnis mempunyai *brand* yang menampilkan identitas produknya, yang mana saat ini aktivitas penjualannya diberlakukan secara digital maupun pada pasar fisik, tergantung pada preferensi UMKM tersebut. *Brand* atau merek merupakan aspek yang sangat penting, karena merek mempunyai fungsi sebagai tanda yang khas dan membedakannya pada merek lain.

Dalam sejarahnya, dapat dilihat bahwa merek telah digunakan sejak jaman dahulu dimana masyarakat menaruh tanda pada tubuh hewan yang dijual untuk menandakan sebagai produk yang dijual. Penggunaan merek sebagai tanda menjadi aspek yang penting untuk mendorong penjualan yang besar atas suatu produk di pasar, apabila di zaman ini dimana banyak produk dengan kriteria yang mirip dan hanya merek yang dapat membedakan produk antar satu pelaku usaha dengan produk pelaku usaha lainnya. Merek yang berisikan komponen seperti gambar, tulisan, hingga warna yang istimewa dapat menarik orang yang melihatnya untuk membeli suatu produk.

Ciptaan digital jauh lebih mudah dipublikasikan bahkan dikomersialkan secara digital melalui koneksi internet. Faktanya, saat ini produk digital banyak diminati dan sudah memiliki konsumen/pasarnya sendiri. Produk yang ditawarkan melalui *e-commerce* secara digital memiliki banyak kelebihan dibanding dengan produk yang dijual secara fisik, seperti dari segi efisiensi. Produk digital disimpan dalam ruang digital sehingga tidak perlu disimpan secara fisik, misalnya disimpan di ruangan khusus. Produk digital dapat diakses hanya dengan diunduh lalu disimpan dalam penyimpanan digital. Sedangkan produk yang ditawarkan secara nyata atau fisik membutuhkan ruang nyata untuk penyimpanannya. Selain itu, akses terhadap produk digital dinilai lebih mudah ketimbang akses terhadap produk fisik, ini juga merupakan nilai tambahan bagi produk digital.

UMKM saat ini cenderung mendigitalisasi produknya dengan pertimbangan kemudahan dalam banyak aspek. Produk digital tidak memerlukan rak fisik untuk dipajang, sehingga mengurangi biaya pemeliharaan bagi pemiliknya. Hal ini juga berarti produk tidak perlu memiliki toko fisik untuk dipasarkan atau dijual, yang juga mengurangi biaya bagi pelaku usaha, misalnya biaya sewa atau bahkan biaya upah karyawan. Produk digital juga dapat diiklankan secara digital melalui media sosial yang tersedia di internet. Namun, mengubah satu produk menjadi bentuk digital juga berkemungkinan untuk mendatangkan risiko, seperti orang yang dapat mencuri merek dagang atau desain produk UMKM yang mengandung hak kekayaan intelektual, sehingga mereka dapat memanfaatkan nilai ekonomi dari produk tersebut yang bukan miliknya dan tanpa izin dari pemilik sesungguhnya. Artinya, ada risiko pelanggaran hak ekonomi, dan pemilik/pencipta produk tidak dapat menikmati hak ekonomi dari hasil ciptaan atau produknya sendiri.

Kegiatan ekonomi digital didefinisikan sebagai kebiasaan manusia dalam melaksanakan aktivitas berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan sehari-hari melalui pemanfaatan teknologi. Aktivitas manusia terkait dengan produksi, konsumsi, dan distribusi melalui pemanfaatan digital juga termasuk dalam ekonomi digital. Kegiatan ekonomi yang memanfaatkan teknologi berimplikasi pada kegiatan pasar fisik berkurang, karena barang dan jasa yang dibutuhkan dapat diakses dengan satu sentuhan pada layar *gadget*, seperti *tablet* atau *smartphone*. Konsumen dapat memesan barang yang dibutuhkan melalui *smartphone*, sehingga barang sampai di rumahnya tanpa kontak langsung dengan penjual. Banyak pelaku usaha juga mulai memanfaatkan teknologi digital dalam menjalankan usahanya.

Digitalisasi tidak memiliki definisi yang ditentukan secara resmi. Namun, penulis mengambil catatan dari IT Glossary Gartner, yang mendefinisikan Digitalisasi sebagai *“the use of digital technologies to change a business model and provide new revenue and value producing opportunities”*. Berdasarkan Glossary Gartner menyatakan *“It is the process of moving to a digital business.”* Definisi Gartner berfokus pada perubahan model bisnis dibandingkan interaksi sosial. Berdasarkan definisi ini, digitalisasi adalah mengenai operasional bisnis, bukan interaksi sosial atau model bisnis.

Ada tiga isu utama terkait digitalisasi UMKM sebagai sektor usaha, yakni:

- a) Transfer teknologi internasional antar negara, atau dalam hal ini dari luar Indonesia. Analisa mengenai transfer teknologi menganggap bahwa yang ditransfer sebenarnya adalah “aliran” teknologi, yaitu pengetahuan yang diserap oleh penerimanya (UMKM atau negara).
- b) Difusi domestik atau internal dari satu perusahaan ke perusahaan lokal lain di suatu negara, atau dalam hal ini antar UKM atau dari Bisnis Besar ke UKM di industri manufaktur. Seperti yang diungkapkan Hill (1998), transfer teknologi terjadi antar negara, sedangkan transfer dari satu perusahaan ke perusahaan lain dalam suatu negara merupakan persilangan teknologi.

- c) *Spill over effects*, yaitu efek total dari suatu transfer teknologi dari suatu negara melalui misalnya penanaman modal asing (PMA) ke perusahaan lokal atau kelompok perusahaan yang menerima teknologi tersebut dan menyebarkannya ke perusahaan lokal lainnya. Jadi, pengaruh transfer teknologi dari luar terhadap perekonomian Indonesia secara keseluruhan sebagai negara penerima teknologi tersebut.

Untuk mengatasi permasalahan digitalisasi Produk UMKM, perlu adanya perhatian ekstra baik dari pemerintah maupun UMKM itu sendiri. Dalam ranah digital, Indonesia secara umum mengatur perlindungan hukum berdasarkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, dan Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik ("UU ITE").

Mengenai perlindungan KI dalam lingkup digital dan/atau elektronik, pasal 25 UU ITE menyatakan: "Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang disusun menjadi karya intelektual, situs internet, dan karya intelektual yang ada di dalamnya dilindungi sebagai Hak Kekayaan Intelektual berdasarkan ketentuan Peraturan Perundang-undangan."

Pasal 25 UU ITE menyebutkan ketentuan terkait perlindungan hak atas kekayaan intelektual dalam Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang disusun menjadi karya intelektual, situs internet, dan karya intelektual yang terkandung di dalamnya. Hal ini karena informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik mengandung nilai ekonomi dan moral bagi pencipta, sehingga wajib untuk dilindungi. Pasal 25 UU ITE juga mengandung makna bahwa setiap Kekayaan Intelektual yang didigitalisasi, baik berupa informasi elektronik maupun dokumen elektronik, berada dibawah perlindungan Undang-Undang khusus yang mengatur tiap-tiap bentuk Kekayaan Intelektual tersebut. Produk Hak Cipta dalam ranah digital dilindungi dan diatur dalam Undang-Undang Hak Cipta, Merek dilindungi dalam Undang-Undang Merek, Desain Industri dilindungi dalam Undang-Undang Desain Industri, dan seterusnya.

Kurangnya perhatian dan pelindungan terhadap produk UMKM dalam lingkup digital berakibat pada pencurian dan penyalahgunaan terhadap kekayaan intelektual UMKM. Padahal produk tersebut memiliki nilai ekonomi yang tinggi, bahkan nilai tradisional. Pengetahuan akan pentingnya pelindungan atas hak kekayaan intelektual masih minim adanya diantara masyarakat Indonesia, karena kurangnya pengetahuan mengenai nilai ekonomi yang diemban produk yang mereka miliki. Sektor perdagangan memiliki kaitan yang erat dengan kekayaan intelektual dalam menjalani bisnisnya, dan setiap pelaku usaha dalam bisnisnya memiliki kekayaan intelektual tersendiri.

Hak kekayaan Intelektual tidak hanya berkaitan dengan kehormatan seorang pencipta atau pemilik suatu ciptaan, namun juga aspek hak ekonomi yang terdapat

dalam ciptaan tersebut yang berciri khas pada penciptanya sehingga mempunyai nilai yang tinggi. Kekayaan intelektual dapat dimiliki oleh individu, kelompok, hingga badan usaha, sehingga pelindungan atas kekayaan intelektual tersebut penting dan diperlukan guna menciptakan iklim usaha yang baik dalam suatu negara. Atas pelindungan tersebut, maka manfaat ekonomi dapat diperoleh dengan baik dan sah dalam segala kondisi.

Berdasarkan uraian analisa diatas, dapat dipahami mengenai pentingnya pelindungan hak atas kekayaan intelektual bagi UMKM secara umum, dan bagi produk UMKM secara spesifik. Menkum HAM memberi dukungan terhadap UMKM untuk melindungi kekayaan intelektual yang mereka miliki untuk memajukan ekonomi Indonesia. Menkum HAK melalui Direktorat Jederal Kekayaan Intelektual memberikan dorongan pada UMKM untuk mendaftarkan HKI yang berupa produk mereka. Dukungan tersebut antara lain berupa insentif biaya pendaftaran dan pemeliharaan bagi UMKM, penyelesaian dokumen pendaftaran tepat waktu, Virtual Counter, dan penyederhanaan persyaratan pendaftaran. Dirjen Kekayaan Intelektual juga menyatakan telah melakukan inovasi di bidang pelayanan publik dengan meluncurkan aplikasi IPROLINE (Intellectual Property Online) dan virtual counter untuk meningkatkan perlindungan HKI sekaligus mengurangi praktik pungutan liar.

## **SIMPULAN**

UMKM merupakan bentuk usaha dengan pemasukan berpotensi besar dalam pembangunan perekonomian, walaupun sektor ini bersifat informal dan merupakan usaha skala kecil, berbeda dengan perusahaan seperti PT, CV, Firma, maupun bentuk lainnya, namun UMKM tidak boleh diabaikan atau dianggap remeh oleh pemerintah sebagai pengambil kebijakan. Sebab dalam mengembangkan perekonomian suatu negara, pemerintah tidak boleh hanya berpihak pada pengembangan sektor-sektor industri yang sudah mapan dan besar yang sudah menjadi bagian dari program yang diadakan oleh pemerintah.

Pelindungan atas kekayaan intelektual produk digital milik UMKM di Indonesia dapat terlaksana dengan mendaftarkan produk tersebut. Namun di sisi lain, pengetahuan mengenai pentingnya pelindungan kekayaan intelektual atas suatu produk milik UMKM masih terbatas. Pemerintah sebagai pembuat kebijakan dapat memberikan sosialisasi dan penyuluhan kepada pelaku usaha UMKM. Selain perlindungan hukum secara formal bagi pelaku usaha UMKM, perlu adanya kesadaran bagi pelaku UMKM untuk melindungi kekayaan intelektual produknya dengan mendaftarkan kekayaan intelektual tersebut ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Walaupun pendaftaran HKI bagi UMKM dimudahkan, tanpa adanya pemahaman dari UMKM sendiri mengenai pendaftaran HKI, maka upaya pemerintah untuk menyediakan kemudahan tersebut sia-sia. Oleh sebab itu harus ada *balance* antara pemerintah yang memberi kemudahan bagi UMKM, dan UMKM yang

memanfaatkan kemudahan tersebut guna melindungi kekayaan intelektual yang dimiliki.

Dengan rendahnya kesadaran akan pentingnya perlindungan kekayaan intelektual UMKM, khususnya dalam situasi digital saat ini, pemerintah mempunyai kewajiban untuk memberikan edukasi kepada para pelaku UMKM tentang pentingnya perlindungan hak kekayaan intelektual. Agar UMKM dapat bersaing di era digital ini di tingkat global dan menjamin keamanan dan keadilan persaingan usaha, maka perlu diadakan penyuluhan oleh pemerintah mengenai digitalisasi dan perlindungan kekayaan intelektual produk UMKM. Masyarakat juga mempunyai peran untuk menghormati kekayaan intelektual UMKM dengan cara tidak mencuri atau menggunakan kekayaan intelektual UMKM tanpa izin dan dengan cara yang illegal.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Apriani, N., & Said, R. W. (2022). Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Industri Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 3(1), 443234.
- Bangun, B. H. (2015). Menuju Masyarakat Ekonomi Asean 2015: Aspek Regional dan Implikasinya Terhadap Hukum Nasional Indonesia. *Supremasi Hukum: Jurnal Penelitian Hukum*, 24(2), 111-123.
- Bloomberg, J. (2018). Digitization, digitalization, and digital transformation: confuse them at your peril. *Forbes*. Retrieved on August, 28, 2019.
- Fahrial, F. (2022). *UMKM Digital: Konsep, Strategi dan Dinamika*.
- Khushal, V., & Filipos, A. (2009). *Legal Research Methods*. Retrieved June, 13, 2018.
- Landes, W. M., & Posner, R. A. (2003). The economic structure of intellectual property law. *Harvard university press*.
- Manurung, E. A. P. (2022). Karya Digital dan Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual Di Era Digital. *Verdict: Journal of Law Science*, 1(1), 30-36.
- Marwan, S. H. (2021). Tantangan Dan Peluang Generasi Milenial Era Pandemi. *Press. Unisri. Ac. Id.*
- Nugroho, S. (2015). Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual Dalam Upaya Peningkatan Pembangunan Ekonomi Di Era Pasar Bebas Asean. *Supremasi Hukum: Jurnal Penelitian Hukum*, 24(2), 164-178.
- Permana, T., & Puspitaningsih, A. (2021). Studi ekonomi digital di Indonesia. *Jurnal Simki Economic*, 4(2), 161-170.
- Purwaningsih, E. (2019). Intellectual Property Rights in Supporting Entrepreneurship in Indonesia Micro Small Medium Enterprises Scale. *Journal of Advanced Research in Law and Economics (JARLE)*, 10(39), 336-347.
- Ramli, A. M., Permata, R. R., Mayana, R. F., Ramli, T. S., & Lestari, M. A. (2021). Pelindungan Kekayaan Intelektual Dalam Pemanfaatan Teknologi Informasi Di Saat Covid-19. *Jurnal Penelitian Hukum De Jure*, 21(1), 45-58.

- Saidin, O. K. (2015). Aspek hukum hak kekayaan intelektual (Intellectual property rights).
- Sardjono, A. (2011). Culture and intellectual property development in indonesia. *Indonesia Law Review*, 1(3), 237-252.
- Slamet, R., Nainggolan, B., Roessobiyatno, R., Ramdani, H., & Hendriyanto, A. (2016). Strategi pengembangan UKM digital dalam menghadapi era pasar bebas. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 16(2), 136-147.
- Susanti, D. O., Sh, M., & A'an Efendi, S. H. (2022). *Penelitian Hukum: Legal Research*. Sinar Grafika.
- Wijaya, A., Kusnadi, S., Gandryani, F., & Purwaningtyas, F. (2021). Philosophical Values of Pancasila on the Intellectual Property Rights Regulation in Indonesia. *Journal of Law, Policy and Globalization*, 113, 28-34.