

PERLINDUNGAN HUKUM HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL: TINJAUAN HUKUM *TIKTOK SHOP*

Gilang Panji Sukoco

¹Program Studi Ilmu Hukum, Universitas Bengkulu
abcdxxx@gmail.com

Abstract

Examining the current state of intellectual property protection laws in Indonesia as they pertain to Tiktok Shop accounts is the primary objective of this study. This study employs a descriptive qualitative methodology. According to the data, Tiktok is now the most popular social networking platform. Owner of the capital uses it to operate his web company. Tiktok Shop and the Preservation of Intellectual Property Are Both Overseen by Law Intellectual property rights (IPR) and intangible items go hand in hand because of the content and the need to safeguard creations that are the result of human imagination. Creative businesses may benefit from intellectual property rights in the long run from financial investments. Regarding intellectual property rights that stem from rational thought. In intellectual property rights (IPR), the four main pillars are literature, art, science, and technology. No. 28/2014, Patent Law no. 13/2016, No. 20/2016, Plant Variety Protection Law/2000, No. 30/2000, Industrial Design Law 31/2000, and No. 28/2014 are some of the laws and regulations that govern intellectual property rights.

Keywords: Legal protection, Tiktok Shop, intellectual property rights

Article History

Received: November 2024
Reviewed: November 2024
Published: November 2024
Plagiarism Checker No 234
Prefix DOI: Prefix DOI:
10.8734/CAUSA.v1i2.365
Copyright: Author
Publish by: CAUSA



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Bisnis dan pengusaha sekarang dapat menjangkau audiens dalam jumlah besar secara langsung melalui *Tiktok Shop*, yang semakin populer. Namun, ada juga perdebatan dan pemeriksaan hukum terhadap situs ini. Iskandar dkk. (2020), Jaman dan Pertiwi (2023), Nugrahanti (2016), dan Putriani dkk. (2023) menyebutkan beberapa masalah hukum yang berkaitan dengan belanja daring, seperti ketidakjujuran dari pihak pelaku usaha terkait produk yang mereka jual, ketidaksesuaian antara pesanan konsumen dengan produk yang diterima, kebingungan antara konsumen dengan pelaku usaha terkait detail produk, dan proses yang panjang dan sulit bagi konsumen untuk mengajukan komplain atas barang yang dikembalikan. Ada juga kekhawatiran mengenai perlindungan hak-hak konsumen selama pembelian di *Tiktok Shop* dari sisi hukum (Septyaningsih et al., 2023). Terlepas dari isu-isu tersebut, *Tiktok Shop* masih memiliki banyak harapan untuk masa depan belanja daring, pemasaran, dan bidang terkait lainnya (Wijaya, 2023). Iklan *Tiktok Shop* di Indonesia juga banyak menggunakan bahasa Indonesia (Zulianti et al., 2022). Kemudahan penggunaan, privasi, keamanan, dan efisiensi menjadi faktor yang mempengaruhi pilihan pembelian pelanggan untuk melakukan pembelian secara *online* menggunakan aplikasi *Tiktok Shop* (Nasution et al., 2022). Penelitian tentang

platform Tiktok Shop juga telah melihat bagaimana persepsi konsumen terhadap merek dan tingkat kepercayaan mereka terhadap merek tersebut mempengaruhi pilihan pembelian mereka.

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 dikenal dengan sebutan hak cipta, sesuai dengan Pasal 1 Butir 1 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang hak cipta. Ada dua jenis hak cipta: ekonomi dan moral. Selama sebuah ciptaan dilindungi oleh hak cipta, hak ekonomi dan moral yang terkait dengannya akan terus berlanjut. Hak untuk mendapatkan keuntungan moneter dari hak kekayaan intelektual (HKI) adalah salah satu contoh dari apa yang dikenal sebagai "hak ekonomi" (Muslim et al., 2023).

Meskipun benar bahwa setiap orang harus melakukan yang terbaik untuk menghormati karya berhak cipta orang lain, hal ini tidak memberikan hak istimewa bagi siapa pun untuk mencuri atau mengubah ciptaan orang lain dan mengakuinya sebagai milik mereka. Hal ini memunculkan masalah hak-hak moral. Analisis aplikasi *Tiktok* berdasarkan Undang-Undang Hak Cipta No. 28 tahun 2014 adalah subjek dari penelitian ini. Pihak-pihak tersebut tidak sepakat untuk mendapatkan izin penggunaan materi siaran dari pencipta atau pemegang hak cipta. Untuk mendapatkan keuntungan finansial dari penggunaan aplikasi *Tiktok*, seseorang harus terlebih dahulu mendapatkan jaminan penggunaan. "Hak Ekonomi adalah hak eksklusif bagi Pencipta atau Pemegang Hak Cipta untuk mendapatkan manfaat ekonomi atas Ciptaannya," demikian bunyi Pasal 8 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014. Terlepas dari kenyataan bahwa *Tiktok* tersedia untuk diunduh di Apple App Store dan Google Play Store, ada banyak pihak ketiga yang menggunakan aplikasi ini tanpa sepengetahuan atau persetujuan pencipta atau pemegang hak cipta. Ini berarti bahwa pencipta tidak mendapatkan uang yang layak mereka dapatkan untuk pekerjaan mereka. Keuntungan dan kerugian praktis dari penggunaan aplikasi *Tiktok* keduanya disorot oleh fungsi pengunggahan lagunya, yang menggunakan musik yang disediakan oleh pengguna aplikasi-meskipun orang-orang itu tidak selalu memberikan izin untuk lagu-lagu tersebut digunakan dalam aplikasi. Terbukti bahwa sebuah lagu telah diubah dari bentuk aslinya ketika lagu diambil tanpa izin dan kemudian durasi waktu dan efek suara pada komponen suara dalam program dimodifikasi (Septyaningsih et al., 2023)

Berdasarkan fenomena diatas, penulis tertarik melakukan penelitian mengenai HKI pada *platform Tiktok Shop* karena belum ada jurnal nasional yang membahas mengenai tinjauan hukum HKI pada *Tiktok Shop* terutama didasarkan pada UU yang telah diberlakukan di Indonesia. Maka dari itu judul dari penelitian ini adalah "Perlindungan Hukum Hak Kekayaan Intelektual: Tinjauan Hukum *Tiktok Shop*"

METODE

Tesis ini menggunakan penelitian yuridis normatif, sebuah upaya untuk menyelidiki aturan hukum dalam bentuk tekstual nya. Berdasarkan aturan yang ditetapkan oleh Undang-Undang, yaitu Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, penelitian ini mengkaji aplikasi *Tiktok* melalui lensa penelitian yuridis normatif, yang mengkaji Undang-Undang yang termodifikasi dan kasus-kasus. Untuk memastikan analisis yang tepat sesuai dengan tujuan penelitian, perumusan masalah, dan sasaran penelitian, tesis ini menggunakan analisis deskriptif, yaitu dengan mempelajari aturan hukum dan memberikan deskripsi, pemeriksaan, penjelasan, dan analisis terhadap aturan hukum tersebut. Dalam konteks ini, "deskriptif" mengacu pada pemberian gambaran yang akurat dan sistematis mengenai masalah penegakan hukum yang berkaitan dengan tesis ini dan Undang-Undang Hak Cipta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Media sosial paling banyak pengguna sekarang ini adalah *Tiktok*. Sehingga digunakan oleh pemilik modal untuk menjalankan bisnis *online* miliknya. Negara Indonesia yang masuk dalam kategori mayoritas pengguna *Tiktok*. Dengan pengaplikasian konten video dan yang paling terbaru diperluas dengan menambahkan fitur belanja *online* yang biasa dikenal dengan *Tiktok Shop*. Dengan hadirnya *Tiktok Shop* para merchant yang menggunakan *Tiktok* berlomba-lomba memanfaatkan *Tiktok Shop* sebagai perantara jual beli *online*. Oleh karena pangsa pasar *Tiktok* sangat memadai dan merupakan aplikasi yang populer dikalangan masyarakat.

Dengan adanya *Tiktok* mampu mempermudah konsumen untuk menerima informasi produk dengan melihat unggahan video dengan diiringi latar belakang musik yang diunggah oleh pelaku bisnis. Konsumen yang menggunakan *Tiktok Shop* dapat melakukan pembelian secara *online* dari aplikasi *Tiktok Shop* tanpa perlu beralih pada aplikasi lain guna menyelesaikan transaksi untuk pembelian produk yang diinginkan. Penggunaan fitur *Tiktok Shop* dengan system pembayaran yang mudah dan penggunaan waktu lebih cepat dapat meningkatkan minat konsumen untuk melakukan pembelian secara praktis. Penawaran produk yang dilakukan melalui *Tiktok Shop* telah menarik banyak minat konsumen. Selain itu, dengan penggunaan *Tiktok Shop* dalam berbelanja *online* memiliki dampak buruk. Salah satunya akibat dari kemudahan yang dimiliki system belanja *online* tersebut yang secara logis tidak diperlukan tatap muka, dapat memungkinkan terjadinya penipuan dan kelalaian yang dilakukan oleh penjual/pemilik produk yang merupakan aspek penting yang perlu ditindak tegas. Hal itu perlu dipertimbangkan karena dapat merugikan konsumen (Sumiyati & Christiany, 2023)

Permasalahan Hukum yang Sering Muncul Dalam Transaksi di *Tiktok Shop* Terkait Dengan Hak Kekayaan Intelektual dan Perlindungan ialah konsumen Pengguna internet tidak mengenal batas usia dari berbagai usia termasuk orang dewasa menggunakan media sosial sebagai interaksi *online*. *Tiktok* telah melampaui *Facebook* dan *Instagram* di semua *platform iOS* dan *Android*. Di tempat kedua *Facebook* dengan 50,5 juta unduhan, dibagi antara India dan Indonesia dengan 11%. Berdasar pada hasil penelitian yang telah dilaksanakan oleh Asosiasi penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII), Salah satu negara pengguna internet terbesar di dunia yaitu Indonesia. Dengan jumlah akhir manusia di dunia 64,8% dapat diperkirakan sebanyak 171,17 juts jiwa fase ini mulai menguat pada 2020. Total sebagai user internet di kalangan yang ada Indonesia akan meningkat dengan 25,5 juta pengguna internet baru. Dengan adanya belanja *online* yang umum digunakan antara lain *Instagram*, *Tiktokshoo* hingga *Facebook* serta lainnya. Dapat diketahui medsos yang Lagi hits pada *Tiktok*. *Tiktok* menjadi wadah pada jejaring sosial dan video musik China dikeluarkan oleh pendiri Toutiao Zhang Yiming pada September 2016 (Maulana et al., 2023)

Perusahaan riset seluler Sensor Tower melaporkan bahwa *Tiktok* menjadi *platform* media sosial paling populer di seluruh dunia dengan jumlah 60 juta download aplikasi pada September 2019. Berdasar bahwa Penawaran meluas dan pengiriman gratis dengan setiap pembelian. Ini adalah hal yang paling penting Keluhan konsumen tentang biaya pengiriman yang berlebihan pembelian di pasar atau toko *online*. Ruang yang berbeda ini tentunya menjadi salah satu alasan maraknya produk-produk tersebut Keputusan pembelian di *platform Tiktok*. Pengambilan keputusan fungsional, juga dikenal sebagai proses personalisasi yang dapat dimanfaatkan untuk kolaborasi Evaluasi dua atau lebih opsi dan akhirnya pilih satu. Ada beberapa Faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian melalui *platform online* yaitu Kemudahan penggunaan *platform*, manfaat yang dirasakan dan Risiko keamanan informasi yang diberikan; Ketika faktor-faktor ini terpenuhi, pengguna akan memperjuangkan. Dalam membuat berbagai aplikasi tersebut, Dengan memiliki keahlian untuk membuat dan

menghasilkan sesuatu yang memiliki nilai seni dan kegunaan. Ini disebut Hak Kekayaan Intelektual (HKI), yaitu kekayaan dari semua produk produksi intelijen, seperti teknologi, pengetahuan, seni, sastra, lagu, karya tulis, kartun, dll. Salah satu dimensi hak kekayaan intelektual adalah hak cipta yang diatur dalam UU Hak Cipta 28/2014. Adanya panduan atau mengunggah video *Tiktok* ke aplikasi lain menunjukkan bahwa kegiatan ini sudah menjadi hal yang biasa di kalangan netizen, meskipun beberapa pengguna masih menyadari bahwa mengunggah ulang suatu kegiatan tanpa izin pembuatnya merupakan pelanggaran hak cipta. Namun, banyak pengguna Internet, khususnya program *Tiktok*, memandangnya sebagai risiko bagi pembuat konten *Tiktok* untuk menerbitkan karya mereka (Sarah, 2023)

Hukum Mengatur Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual dan Konsumen Dalam Transaksi di *Tiktok Shop* Benda yang tak berwujud berkaitan erat dengan HaKi (Hak kekayaan intelektual) dalam bentuk konten maupun bentuk perlindungan terhadap karya yang berasal dari kreativitas setiap individu. Hak kekayaan intelektual mampu memberikan perlindungan/melindungi perusahaan kreatif dalam investasi keuangan jangka panjang. Dengan hak yang timbul dari akal manusia dalam kekayaan intelektual. Inti atau obyek pengaturan dalam HaKi berupa ilmu pengetahuan, teknologi, seni dan sastra. Dikenal sebagai Hak Kekayaan Intelektual dalam literatur *Anglo-Saxon*, Berupa terjemahan kata dalam Bahasa Indonesia sebagai "Hak Kekayaan Intelektual", yang sebenarnya akan lebih tepat jika diterjemahkan sebagai HaKi. Di masa depan, hak kekayaan intelektual sebenarnya memiliki hal-hal, yaitu hal-hal yang tidak berwujud. Batasan material yang disebutkan dalam 499KUHPperdata, yaitu benda adalah segala sesuatu dan setiap hak yang ditentukan oleh kepemilikan. Hal ini sesuai dengan klasifikasi objek menjadi objek berwujud dan tidak berwujud. Hak kekayaan intelektual diatur oleh sejumlah Undang-Undang dan peraturan, termasuk:

1. UU Hak Cipta No. 28 / 2014
2. UU Paten No. 13/ 2016.
3. UU Merek Dagang dan Indikasi Geografis No 20/2016
4. UU Rahasia Dagang No. 30/2000
5. UU Perlindungan Varietas Tanaman/ 2000
6. UU Desain Industri 31/2000

Pelaku dunia usaha memiliki tanggung jawab kepada pelanggannya untuk bertindak secara etis dan jujur dalam segala aspek dalam bertransaksi dengan pelanggan, termasuk namun tidak terbatas pada: memberikan deskripsi produk yang akurat, memperlakukan pelanggan secara adil, menawarkan jaminan uang kembali, dan mengizinkan pelanggan untuk mencoba produknya sebelum membeli. Pelaku usaha dan pemilik produk berkewajiban untuk memberikan informasi yang akurat, transparan, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan jasa mereka. Mereka juga harus beritikad baik dalam menggunakan, memperbaiki, dan memelihara produk dan jasanya, memperlakukan konsumen secara adil, serta menjamin bahwa barang dan jasa yang mereka jual berkualitas dan memenuhi standar mutu. Dalam skenario ini, pemilik perusahaan diharuskan untuk mematuhi standar tertentu saat memproduksi dan menjual produk dan layanan. Standar-standar ini termasuk tidak melebihi berat bersih, isi bersih, dan jumlah.

Indonesia sudah memiliki landasan hukum perlindungan konsumen yaitu UUPK 8/1999. Kegunaan aplikasi *Tiktok Shop* telah meningkatkan konsumen karena beberapa alasan praktis, sistem pembayaran yang mudah digunakan, waktu yang lebih efisien, dan penawaran aplikasi untuk banyak konsumen. Selain itu, penggunaan teknologi internet dalam belanja *online* juga berdampak negatif bagi konsumen. Karena berbelanja di media *online* yang secara logis tidak diperlukan tatap muka, dapat memungkinkan terjadinya penipuan dan kelalaian yang

merupakan aspek penting yang harus dilakukan tindakan tegas. Perlu dipertimbangkan karena cenderung merugikan konsumen. Salah satu bentuk penipuan yang paling sering terjadi adalah kualitas produk yang dijual tidak sesuai dengan produk yang diterima konsumen. *Tiktok Shop* menawarkan prinsip kualitasnya, yaitu kompetensi yang harus dimiliki suatu produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang diinginkan. Karena kualitas barang sangat penting dan harus diperhatikan, apalagi jika berhubungan dengan media *online* maka resiko yang terkait dengan kualitas produk harus benar-benar diperhatikan (Aufani, 2022)

Mengenai perjanjian bilateral yang ada, ada beberapa keputusan tentang hak kekayaan intelektual sebagai berikut:

1. Keputusan Presiden RI tentang Pengesahan Persetujuan Tindakan Bersama Hak Cipta antara Republik Indonesia dan Amerika Serikat No. 25/1989
2. Pengesahan Keputusan No. 56 Tahun 1994 oleh Presiden Republik Indonesia
3. Perjanjian Ganti Rugi Timbal Balik Republik Indonesia dan Inggris terhadap hak cipta
4. Keputusan Presiden Republik Indonesia No. 74 Tahun 2004 tentang Pengesahan Kontrak Kinerja dan Fonogram WIPO (WPPT). Pada dasarnya pengaturan HKI dianggap tepat karena banyak perjanjian internasional yang telah diratifikasi di bidang hak kekayaan intelektual, yang sangat erat kaitannya dengan kebutuhan dasar, yaitu. peraturan atau Undang-Undang, baik di tingkat nasional maupun internasional harus harmonis dalam segala hal.

Munaf berpendapat, peran HaKI saat ini cukup penting, antara lain:

1. Sebagai sarana perdagangan yang kompetitif, terutama bagi negara-negara maju untuk mempertahankan posisinya dalam menguasai pasar internasional barang-barangnya
2. Sebagai sarana untuk mendorong perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dengan inovasi-inovasi baru yang dapat diindustrialisasikan, sebagai sarana peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat khususnya peneliti dengan penemuan industri yaitu dengan menerima imbalan berupa royalty (Wulandari et al., 2023)

KESIMPULAN

Hukum Mengatur Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual dan Konsumen Dalam Transaksi di *Tiktok Shop* Benda yang tak berwujud berkaitan erat dengan HaKi (Hak kekayaan intelektual) dalam bentuk konten maupun bentuk perlindungan terhadap karya yang berasal dari kreativitas setiap individu. Hak kekayaan intelektual mampu memberikan perlindungan/melindungi perusahaan kreatif dalam investasi keuangan jangka panjang. Dengan hak yang timbul dari akal manusia dalam kekayaan intelektual. Inti atau obyek pengaturan dalam HaKi berupa ilmu pengetahuan, teknologi, seni dan sastra. Hak kekayaan intelektual diatur oleh sejumlah Undang-Undang dan peraturan, termasuk UU Hak Cipta No. 28 / 2014, UU Paten No. 13/ 2016, UU Merek Dagang dan Indikasi Geografis No 20/2016, UU Rahasia Dagang No. 30/2000, UU Perlindungan Varietas Tanaman/ 2000 dan UU Desain Industri 31/2000

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada dosen mata kuliah atas bimbingannya dalam menulis jurnal, kepada orang tua atas doanya serta kepada rekan seangkatan atas dukungan dan keterlibatannya dalam penelitian ini. Terimakasih juga kepada para penulis atas kontribusi dalam tercapainya hasil penelitian ini.

REFERENSI

- Aufani. (2022). ANALISIS PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN *TIKTOK SHOP* DI INDONESIA. *Jurnal Hukum Bisnis*, 23(193), 6. <https://doi.org/10.47766/jurnalhukumbisnis.432>
- Maulana, N., Ernita, E., & Abadiyah, F. (2023). Implikasi Penutupan *Platform Tiktok Shop* Era Disruptif: Evaluasi Konformitas Menurut Perspektif Ekonomi Syariah. *Syarah: Jurnal Hukum Islam & Ekonomi*, 12(2), 107–121. <https://doi.org/10.47766/syarah.v12i2.2049>
- Muslim, S., Muktar, M., & Diansah, S. (2023). Implikasi Hukum Penutupan *Tiktok Shop* terhadap Regulasi Hukum Bisnis di Indonesia. *Jurnal Hukum Dan HAM Wara Sains*, 2(10), 952–963. <https://doi.org/10.58812/jhhws.v2i10.713>
- Sarah Septyaningsih, Mochammad Tanzil Multazam, B. S. (2023). Legal Protection of Consumer Rights in Transactions at *Tiktok Shop*: Unraveling New Legal Insights. *Kosmik Hkum*, 23(3), 248–258. <https://doi.org/10.47766/syarah.v1>
- Septyaningsih, S., Multazam, M. T., & Sobirov, B. (2023). Legal Protection of Consumer Rights in Transactions at *Tiktok Shop*: Unraveling New Legal Insights. *Kosmik Hukum*, 23(3), 248. <https://doi.org/10.30595/kosmikhukum.v23i3.17396>
- Sumiyati, & Christiany, Y. (2023). Interdisciplinary Explorations in Research Analisis Yuridis Perlindungan Hukum Konsumen Produk Barang Yang Dijual Melalui *Platform* Digital. *Journal Intelektual*, 1, 400–419. <https://doi.org/10.47766/jualbl/v1>
- Wulandari, A., Rokhim, A., & Prajna, P. (2023). Perlindungan hukum jual beli tas bermerek hermes palsu melalui *Tiktok*. *Jurnal Hukum Islam Dan Peradilan*, 7(1), 193.