

Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual dalam Transaksi E-Commerce: Tinjauan Terhadap Penjualan Produk Tiruan

Alfito Bramantia Putra ^{a, 1*}, Budi Santoso ^{a, 2}

^a Universitas Diponegoro, Indonesia

¹ alfitobp@students.undip.ac.id*

*korespondensi penulis

Informasi artikel

Received: 28 Februari 2025;

Revised: 14 Maret 2025;

Accepted: 27 Maret 2025.

Kata-kata kunci:

E-commerce;

Hak Kekayaan

Intelektual;

Produk Tiruan;

Perlindungan Merek.

ABSTRAK

Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dalam transaksi e-commerce menjadi semakin krusial seiring meningkatnya peredaran produk tiruan di platform daring. Produk-produk palsu ini tidak hanya merugikan pemilik hak secara finansial dan merusak reputasi merek, tetapi juga berpotensi membahayakan konsumen karena tidak memenuhi standar kualitas yang layak. Tantangan utama dalam penegakan HKI di ranah digital terletak pada sulitnya mengidentifikasi pelanggar akibat sifat anonim transaksi serta lemahnya mekanisme pengawasan. Meskipun regulasi seperti Undang-Undang Hak Cipta, Undang-Undang Merek, dan Undang-Undang ITE telah memberikan dasar hukum, implementasinya masih menghadapi kendala. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi perlindungan yang lebih komprehensif, termasuk pemanfaatan teknologi kecerdasan buatan (AI), penguatan penegakan hukum melalui kolaborasi antara pemerintah dan platform e-commerce, serta edukasi konsumen mengenai dampak negatif pembelian produk palsu. Studi kasus penjualan produk tiruan merek Casio di Indonesia menunjukkan bahwa sinergi antara pemilik hak, aparat penegak hukum, dan platform digital mampu menekan peredaran produk ilegal.

ABSTRACT

Keywords:

Brand Protection;

Counterfeit Products;

E-commerce;

Intellectual Property

Rights.

Intellectual Property Rights Protection in E-Commerce Transactions: A Review of Counterfeit Product Sales. *The protection of Intellectual Property Rights (IPR) in e-commerce transactions has become increasingly critical with the rising circulation of counterfeit products on online platforms. These fake products not only cause financial losses and damage the reputation of rights holders but also pose risks to consumers due to substandard quality. A major challenge in enforcing IPR in the digital realm lies in the difficulty of identifying offenders due to the anonymity of transactions and weak monitoring mechanisms. Although regulations such as the Copyright Law, Trademark Law, and Electronic Information and Transactions Law provide a legal foundation, their implementation continues to face significant obstacles. Therefore, a more comprehensive protection strategy is required, including the use of artificial intelligence (AI) to detect counterfeit goods, stronger law enforcement through collaboration between the government and e-commerce platforms, and consumer education on the negative impacts of purchasing fake products. A case study of counterfeit Casio product sales in Indonesia demonstrates that synergy among rights holders, law enforcement authorities, and digital platforms can reduce the circulation of illicit goods.*

Copyright © 2025 (Alfito Bramantia Putra & Budi Santoso). All Right Reserved

How to Cite : Putra, A. B., & Santoso, B. (2025). Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual dalam Transaksi E-Commerce: Tinjauan Terhadap Penjualan Produk Tiruan. *Nomos : Jurnal Penelitian Ilmu Hukum*, 5(1), 80–86. <https://doi.org/10.56393/nomos.v5i1.3024>



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/). Allows readers to read, download, copy, distribute, print, search, or link to the full texts of its articles and allow readers to use them for any other lawful purpose. The journal hold the copyright.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam cara kita bertransaksi. E-commerce, atau perdagangan elektronik, telah menjadi salah satu metode utama dalam berbelanja dan berbisnis. Dengan kemudahan akses dan kenyamanan yang ditawarkan, e-commerce menarik perhatian banyak konsumen dan pelaku usaha. Namun, di balik kemudahan ini, terdapat tantangan besar yang harus dihadapi, terutama terkait dengan perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Hak Kekayaan Intelektual mencakup berbagai bentuk perlindungan terhadap karya cipta, merek, paten, dan desain industri. Dalam konteks e-commerce, perlindungan HKI menjadi sangat penting karena banyaknya produk yang dijual secara daring, termasuk produk tiruan yang dapat merugikan pemilik hak dan konsumen. Penjualan produk tiruan tidak hanya merugikan pemilik merek, tetapi juga dapat menimbulkan risiko bagi konsumen, seperti kualitas yang buruk dan potensi bahaya bagi kesehatan (Nanda Pramudya Pangestu et al., 2022).

Salah satu tantangan utama dalam perlindungan HKI di e-commerce adalah sulitnya mengawasi dan menegakkan hukum terhadap pelanggaran yang terjadi di platform daring. Banyak penjual yang beroperasi secara anonim, sehingga menyulitkan pihak berwenang untuk mengambil tindakan hukum. Selain itu, banyak platform e-commerce yang tidak memiliki mekanisme yang memadai untuk mendeteksi dan mencegah penjualan produk tiruan, sehingga menciptakan celah bagi pelanggaran HKI. Di sisi lain, konsumen juga perlu dilindungi dari produk yang tidak asli. Ketidakpastian mengenai keaslian produk dapat mengurangi kepercayaan konsumen terhadap platform e-commerce. Oleh karena itu, penting bagi platform e-commerce untuk menyediakan informasi yang jelas dan transparan mengenai produk yang dijual, termasuk sertifikasi dan jaminan keaslian (Eka Sari & Alamanda, 2023).

Perlindungan HKI di Indonesia diatur oleh beberapa peraturan perundang-undangan yang relevan. Salah satu undang-undang utama adalah Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, yang memberikan perlindungan terhadap karya cipta, termasuk karya yang dipublikasikan secara daring. Selain itu, Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek juga menjadi landasan hukum penting dalam perlindungan merek dagang. Undang-undang ini mengatur pendaftaran merek, hak pemilik merek, serta sanksi bagi pihak yang melanggar hak merek. Dalam konteks e-commerce, perlindungan merek sangat penting untuk mencegah penjualan produk tiruan yang dapat merugikan pemilik merek dan konsumen. (Priliasari, 2023)

Perlindungan HKI dalam e-commerce juga diatur oleh Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, yang kemudian diperbarui dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016. Undang-undang ini mengatur berbagai aspek transaksi elektronik, termasuk perlindungan data pribadi dan tanggung jawab penyelenggara sistem elektronik. Dalam konteks HKI, undang-undang ini memberikan kerangka hukum untuk menangani pelanggaran yang terjadi di platform e-commerce (Sulistianingsih et al., 2023).

Perlindungan HKI dalam e-commerce juga berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Platform e-commerce harus berperan aktif dalam menciptakan lingkungan yang aman bagi konsumen dan pemilik hak. Ini termasuk mengembangkan kebijakan yang ketat terhadap penjual yang melanggar HKI dan memberikan edukasi kepada konsumen mengenai pentingnya membeli produk yang asli. Dalam konteks hukum, banyak negara telah mengembangkan regulasi untuk melindungi HKI dalam transaksi e-commerce. Namun, implementasi dan penegakan hukum sering kali menjadi tantangan. Oleh karena itu, diperlukan kerjasama antara pemerintah, platform e-commerce, dan pemilik hak untuk menciptakan ekosistem yang mendukung perlindungan HKI (Lazuardi & Gunawan, 2023).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perlindungan HKI dalam transaksi e-commerce, dengan fokus pada penjualan produk tiruan. Melalui kajian ini, diharapkan dapat ditemukan solusi yang efektif untuk meningkatkan perlindungan HKI dan memberikan perlindungan yang lebih baik bagi konsumen. Dengan memahami tantangan dan solusi dalam perlindungan HKI di e-commerce, diharapkan dapat tercipta kesadaran yang lebih tinggi di kalangan pelaku usaha dan konsumen.

Kesadaran ini penting untuk mendorong praktik bisnis yang etis dan bertanggung jawab, serta untuk melindungi inovasi dan kreativitas yang menjadi dasar dari perkembangan ekonomi (Fauzi et al., 2022).

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan review literatur untuk mengeksplorasi dan menganalisis berbagai aspek perlindungan HKI dalam konteks e-commerce. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan informasi yang luas dari berbagai sumber, termasuk artikel ilmiah, buku, laporan, dan dokumen hukum. Dengan menggunakan review literatur, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi tren, tantangan, dan solusi yang ada dalam perlindungan HKI di era digital. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup artikel jurnal, buku, dokumen hukum, dan laporan penelitian. Artikel jurnal yang dipublikasikan dalam jurnal ilmiah terkait HKI dan e-commerce memberikan wawasan tentang teori, praktik, dan kebijakan yang ada. Buku yang membahas HKI, e-commerce, dan perlindungan konsumen sering kali memberikan analisis mendalam dan konteks historis yang penting. Dokumen hukum, seperti Undang-Undang Hak Cipta, Undang-Undang Merek, dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, menjadi dasar hukum yang penting dalam perlindungan HKI. Selain itu, laporan dari lembaga penelitian, organisasi non-pemerintah, dan badan pemerintah yang membahas isu-isu terkait HKI dan e-commerce juga akan digunakan sebagai sumber data.

Hasil dan pembahasan

Konsep dan Pentingnya Perlindungan HKI dalam E-Commerce. Hak Kekayaan Intelektual (HKI) merupakan suatu konsep hukum yang melindungi hasil kreativitas dan inovasi, termasuk karya cipta, merek, paten, dan desain industri. Bentuk perlindungan ini penting karena memberikan insentif bagi para pencipta dan penemu untuk terus berinovasi serta menjaga reputasi perusahaan melalui pengakuan atas karya yang mereka hasilkan. Perlindungan tersebut juga menciptakan dasar hukum untuk mengatasi penyalahgunaan dan peniruan karya yang dapat merusak nilai ekonomi dan kredibilitas pemilik hak. Era digital telah mengubah cara konsumen mengakses produk dan jasa, dengan e-commerce sebagai salah satu platform utama distribusi. Melalui platform daring, produk dapat dengan mudah dijangkau oleh pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi dan kecepatan transaksi. Namun, kemudahan akses ini juga menimbulkan tantangan tersendiri dalam menjaga keaslian produk, karena kontrol fisik dan verifikasi secara langsung menjadi lebih sulit dibandingkan dengan penjualan tradisional (Rafi, 2024).

Salah satu permasalahan krusial dalam e-commerce adalah maraknya peredaran produk tiruan. Produk tiruan yang beredar secara daring tidak hanya meniru merek dan desain asli, tetapi juga sering kali tidak memenuhi standar kualitas yang diharapkan, sehingga dapat merugikan konsumen secara finansial dan kesehatan. Praktik peniruan ini menimbulkan kerugian besar bagi pemilik HKI, yang harus menanggung dampak finansial maupun reputasi akibat penyebaran produk tidak asli. Dampak dari peredaran produk tiruan sangat signifikan, terutama bagi pemilik HKI dan konsumen. Pemilik hak mengalami kerugian finansial, penurunan nilai merek, dan reputasi yang tercoreng karena produk tiruan sering kali dikaitkan dengan kualitas yang buruk. Sementara itu, konsumen yang membeli produk palsu dapat menghadapi risiko keamanan, seperti bahan-bahan berbahaya yang digunakan dalam produk tersebut. Kondisi ini menggarisbawahi perlunya perlindungan HKI yang ketat di ekosistem e-commerce untuk menjaga kepercayaan dan keselamatan konsumen (S et al., 2024).

Mengingat pentingnya peran HKI dalam mendukung inovasi dan reputasi perusahaan, perlindungan yang efektif harus menjadi prioritas dalam pengelolaan e-commerce. Langkah-langkah strategis seperti penguatan regulasi, peningkatan teknologi pendeteksi, dan kerjasama antara pemangku kepentingan menjadi krusial dalam mengatasi peredaran produk tiruan. Dengan demikian, perlindungan

HKI tidak hanya melindungi kepentingan pemilik hak, tetapi juga memberikan jaminan keamanan dan kualitas bagi konsumen, sekaligus mendukung pertumbuhan ekonomi digital yang berkelanjutan.

Kerangka Hukum Perlindungan HKI di Indonesia. Di Indonesia, perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) menjadi komponen krusial dalam mendukung inovasi dan pertumbuhan ekonomi, terutama dalam era digital di mana e-commerce berperan sebagai platform utama distribusi produk. Regulasi HKI tidak hanya berfungsi untuk melindungi karya cipta, merek, paten, dan desain industri, tetapi juga sebagai upaya untuk menekan peredaran produk tiruan yang dapat merugikan pemilik hak dan membahayakan konsumen. Pendekatan hukum ini mendasari keberlangsungan perdagangan elektronik yang aman dan adil di tengah persaingan global. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta memberikan landasan hukum bagi perlindungan karya kreatif, termasuk yang dipublikasikan secara daring. UU ini memastikan bahwa pencipta mendapatkan pengakuan dan kompensasi atas hasil karya mereka, sehingga mendorong inovasi dan kreativitas. Dengan demikian, pelanggaran hak cipta dapat ditekan, terutama dalam dunia digital di mana konten sering kali dengan mudah disebarluaskan tanpa izin. Perlindungan yang diberikan oleh UU ini merupakan elemen penting untuk mencegah penyalahgunaan dan pelanggaran dalam konteks e-commerce (General & Available, 2022).

Selain itu, Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek memainkan peran vital dalam menjaga keaslian dan reputasi merek dagang. Regulasi ini mengatur pendaftaran, penggunaan, dan perlindungan merek, sehingga mencegah pemanfaatan merek secara tidak sah oleh pihak-pihak yang ingin mengambil keuntungan dari nama baik suatu produk. Dengan adanya perlindungan merek ini, pemilik hak dapat mengambil langkah hukum untuk melawan peredaran produk tiruan yang dapat merusak nilai dan kepercayaan konsumen terhadap merek asli (Negara, 2024).

Di ranah transaksi elektronik, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (serta perubahannya melalui UU Nomor 19 Tahun 2016) memberikan kerangka hukum yang komprehensif untuk mengatur perlindungan data dan penegakan hukum terhadap pelanggaran HKI. UU ITE ini memperkuat mekanisme pengawasan terhadap aktivitas daring dengan memungkinkan identifikasi dan penindakan cepat terhadap pelanggaran, termasuk kasus penjualan produk tiruan. Dengan demikian, regulasi ini memfasilitasi kerja sama antara pemerintah, penyelenggara e-commerce, dan pemilik hak untuk menciptakan ekosistem digital yang lebih aman dan terpercaya (Muhammad Rifqi Nur Wachid Adi Pratama & Sodikin, 2023).

Kombinasi dari ketiga regulasi tersebut menciptakan fondasi hukum yang kuat bagi perlindungan HKI di Indonesia dalam konteks e-commerce. Sinergi antara Undang-Undang Hak Cipta, UU Merek, dan UU ITE memungkinkan penindakan yang lebih tegas terhadap peredaran produk tiruan, sekaligus menjaga kepercayaan konsumen dan reputasi merek. Dengan penerapan regulasi yang efektif dan koordinasi antar pemangku kepentingan, diharapkan ekosistem perdagangan digital dapat tumbuh secara berkelanjutan serta mendukung inovasi dan kreativitas nasional.

Studi Kasus Penjualan Produk Tiruan Merek Casio di Platform E-Commerce Indonesia. Pada awal tahun 2020, muncul keluhan dari sejumlah konsumen di berbagai platform e-commerce mengenai penjualan jam tangan yang diklaim sebagai produk asli Casio, namun kenyataannya merupakan produk tiruan. Konsumen melaporkan perbedaan mencolok pada kualitas, desain, dan fitur yang ditawarkan, sehingga menimbulkan kecurigaan akan keaslian barang tersebut. Kasus ini menarik perhatian karena Casio merupakan salah satu merek jam tangan ternama yang memiliki reputasi internasional, sehingga peredaran produk tiruan berdampak besar terhadap nilai dan kepercayaan merek. Setelah menerima laporan berulang kali dari konsumen dan pengawasan internal platform, pemilik hak Casio bekerja sama dengan lembaga perlindungan HKI dan aparat kepolisian untuk melakukan investigasi. Investigasi mengungkap bahwa sejumlah penjual menggunakan identitas anonim dan akun-akun palsu untuk menawarkan jam tangan tiruan dengan tampilan yang hampir menyerupai produk asli. Informasi ini menyoroti tantangan dalam mengidentifikasi pelaku pelanggaran di dunia digital, di mana verifikasi

identitas penjual seringkali terhambat oleh sistem anonim yang disediakan oleh platform e-commerce (Djamiludin & Fuad, 2024).

Merespons temuan tersebut, pihak berwenang bersama dengan tim hukum dari Casio melakukan tindakan penegakan hukum secara intensif. Mereka melakukan pengeledahan terhadap gudang dan lokasi operasional para penjual yang terlibat, serta menyita ribuan unit produk tiruan yang telah diperdagangkan secara daring. Tindakan hukum ini dilakukan berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta dan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, yang memberikan dasar hukum untuk menindaklanjuti kasus pelanggaran HKI. E-commerce yang terlibat pun tidak tinggal diam. Platform tersebut segera mengambil langkah internal dengan menanggukkan akun-akun yang terbukti menjual produk palsu dan meningkatkan sistem verifikasi untuk mencegah pelanggaran serupa di masa mendatang. Kerjasama antara pihak platform, pemilik hak, dan aparat penegak hukum menjadi kunci dalam upaya menekan peredaran produk tiruan, sekaligus memulihkan kepercayaan konsumen terhadap ekosistem perdagangan digital (Dan Jasa Yang Menyesatkan, 2011).

Kasus penjualan produk tiruan Casio ini memberikan pelajaran penting mengenai perlunya sinergi antara teknologi, regulasi, dan kerja sama multi-stakeholder dalam melindungi HKI di era e-commerce. Selain memberikan dampak finansial dan reputasi yang merugikan bagi pemilik merek, peredaran produk palsu juga menimbulkan risiko bagi konsumen terkait keamanan dan kualitas produk. Oleh karena itu, peningkatan sistem pengawasan, edukasi konsumen, dan penegakan hukum yang tegas menjadi langkah strategis untuk mencegah terulangnya kasus serupa di masa depan (Ghozali & Hardyanthi, 2024).

Strategi Pencegahan dan Penanggulangan Produk Tiruan. Peredaran produk tiruan dalam e-commerce menimbulkan dampak negatif yang signifikan bagi berbagai pihak. Bagi pemilik Hak Kekayaan Intelektual (HKI), kerugian finansial dan reputasi menjadi konsekuensi utama, menghambat inovasi dan kreativitas yang esensial bagi pertumbuhan ekonomi. Konsumen juga dirugikan karena produk palsu seringkali tidak memenuhi standar kualitas dan keamanan, sehingga dapat membahayakan keselamatan mereka. Selain itu, ekosistem pasar terganggu karena kepercayaan konsumen terhadap platform e-commerce menurun, menciptakan persaingan tidak sehat dan menghambat perkembangan ekonomi digital (Ham & Harapan, 2024).

Untuk mengatasi permasalahan ini, beberapa strategi dapat diterapkan. Pertama, pengembangan teknologi deteksi melalui kecerdasan buatan (AI) dapat membantu mengidentifikasi produk palsu dengan menganalisis pola transaksi dan perilaku penjual. Kedua, penegakan hukum yang tegas melalui kerja sama antara pemerintah dan platform e-commerce diperlukan untuk menindak tegas pelanggaran HKI. Ketiga, edukasi dan sosialisasi kepada konsumen dan pelaku usaha mengenai bahaya produk palsu penting untuk meningkatkan kesadaran dan mendorong pembelian produk asli. Terakhir, revisi dan penyempurnaan regulasi yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan dinamika pasar digital diperlukan untuk memberikan perlindungan yang lebih efektif terhadap HKI. Dengan implementasi strategi-strategi tersebut, diharapkan peredaran produk tiruan dalam e-commerce dapat diminimalisir, sehingga tercipta ekosistem digital yang aman, adil, dan mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan (Bisnis et al., 2025).

Implikasi dari Peredaran Produk Tiruan. Peredaran produk tiruan dalam e-commerce menimbulkan dampak negatif yang signifikan bagi berbagai pihak. Bagi pemilik Hak Kekayaan Intelektual (HKI), kerugian finansial yang dialami dapat mencapai ratusan triliun rupiah, disertai dengan penurunan reputasi merek yang menghambat inovasi dan kreativitas—elemen kunci dalam pertumbuhan ekonomi. Konsumen juga dirugikan karena produk palsu cenderung berkualitas rendah, tidak memiliki garansi, dan berpotensi membahayakan kesehatan, terutama jika terkait dengan produk makanan atau obat-obatan. Selain itu, ekosistem pasar terganggu akibat ketidakstabilan harga dan persaingan tidak sehat, yang pada akhirnya menurunkan kepercayaan konsumen terhadap platform e-commerce dan menghambat pertumbuhan ekonomi digital (Imaduddin et al., 2025).

Untuk mengatasi permasalahan ini, beberapa strategi dapat diterapkan. Pertama, pengembangan teknologi deteksi melalui kecerdasan buatan (AI) dapat membantu mengidentifikasi produk palsu dengan menganalisis pola transaksi dan perilaku penjual. Kedua, penegakan hukum yang tegas melalui kerja sama antara pemerintah dan platform e-commerce diperlukan untuk menindak tegas pelanggaran HKI. Ketiga, edukasi dan sosialisasi kepada konsumen dan pelaku usaha mengenai bahaya produk palsu penting untuk meningkatkan kesadaran dan mendorong pembelian produk asli. Terakhir, revisi dan penyempurnaan regulasi yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan dinamika pasar digital diperlukan untuk memberikan perlindungan yang lebih efektif terhadap HKI.

Simpulan

Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dalam e-commerce menjadi kunci utama dalam menjaga inovasi, reputasi merek, dan keamanan konsumen di era digital. Maraknya produk tiruan di platform daring menimbulkan dampak negatif bagi pemilik HKI, baik secara finansial maupun kredibilitas merek, serta berisiko membahayakan konsumen. Regulasi di Indonesia, seperti Undang-Undang Hak Cipta, Undang-Undang Merek, dan Undang-Undang ITE, telah memberikan dasar hukum dalam menangani pelanggaran HKI, namun tantangan dalam penegakan hukum dan identifikasi pelaku masih menjadi hambatan yang perlu diatasi. Untuk itu, diperlukan strategi yang komprehensif, termasuk penguatan regulasi, pemanfaatan teknologi pendeteksi berbasis kecerdasan buatan, serta peningkatan kesadaran konsumen akan pentingnya produk asli. Sinergi antara pemilik hak, platform e-commerce, dan aparat penegak hukum menjadi langkah strategis dalam menekan peredaran produk tiruan. Dengan pendekatan ini, ekosistem perdagangan digital dapat berkembang secara lebih aman, transparan, dan berkelanjutan, sehingga memberikan manfaat bagi semua pihak, termasuk pemilik HKI dan konsumen.

Referensi

- Bisnis, K., Atas, E., Hak, P., & Dagang, M. (2025). *Salomo Damanik 1 , Jinner Sidauruk 2 1,2 Universitas HKBP Nommensen*. 6(1), 98–108.
- Dan Jasa Yang Menyesatkan, B. (2011). "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Informasi Iklan". 5, 113–122. <https://repository.unej.ac.id/handle/123456789/11015>
- Djamaludin, S., & Fuad, F. (2024). Pertanggungjawaban Hukum Marketplace di Indonesia terkait Pelanggaran Hak Cipta : Tantangan , Regulasi , dan Upaya Pencegahan dalam Era E-Commerce. *Unnes Law Review*, 6(3), 7980–7992.
- Eka Sari, N. C., & Alamanda, A. E. (2023). Perspektif Hukum Terhadap Kasus Hak Kekayaan Intelektual dalam Bisnis Teknologi Ditinjau Menurut UU Nomor 16 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. *AL-MANHAJ: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam*, 5(2), 2383–2392. <https://doi.org/10.37680/almanhaj.v5i2.3990>
- Fauzi, A., Soepriyadi, I., Aprilliani, A., Septiani, A. S., Angelika, A., & Amelia, P. N. (2022). Pengaruh Hak Kekayaan Intelektual, Etika Bisnis, Dan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam E-Business. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 2(3), 83–90. <https://doi.org/10.56127/jaman.v2i3.336>
- General, D., & Available, D. (2022). 1 , 2 1,2. 8(November), 181–190.
- Ghozali, F. Al, & Hardyanthi, T. (2024). Perlindungan Konsumen pada Platform E-Commerce: Regulasi dan Peran Pemerintah. *Ethics and Law Journal: Business and Notary*, 2(3), 136–141. <https://doi.org/10.61292/eljbn.220>
- Ham, P., & Harapan, U. P. (2024). *Perlindungan Merek Dagang pada Platform E-Commerce di Indonesia Ditinjau Alexander Kennedy (1) * Franciscus Xaverius Wartoyo (2) Universitas Pelita Harapan , Franciscus.wartoyo@uph.edu (*) correspondent author*. 7.
- Imaduddin, M. I., Cayadewi, P. F., Mayliana, Z. N., Pratama, I. A., Alamanda, A. E., & Bojonegoro, U. (2025). *Jurnal Strategi Bisnis dan Keuangan Jurnal Strategi Bisnis dan Keuangan*. 6(1), 137–150.
- Lazuardi, A., & Gunawan, T. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Hak Kekayaan Intelektual. *Sciential: Journal of Social Sciences and International Relations*, 1(1), 1–20.
-

- Muhammad Rifqi Nur Wachid Adi Pratama, & Sodikin. (2023). Analisis Perjanjian Lisensi dalam Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual Dalam Perdagangan E-Commerce. *Journal Sains Student Research*, 1(2), 615–621. <https://doi.org/10.61722/jssr.v1i2.258>
- Nanda Pramudya Pangestu, Bimo Satrio Wibowo, Muhammad Arrullah Safriawan, Muhammad Asmar Aqilah, & Noviyanto, N. (2022). Perlindungan Hukum Terhadap Hak Merek Dan Konsumen Terhadap Barang Tiruan Di E-Commerce. *Jurnal Hukum, Politik Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 71–84. <https://doi.org/10.55606/jhpis.v1i2.727>
- Negara, J. (2024). *Jurnal Negara dan Keadilan p-ISSN 2302-7010 e-ISSN 2721-9801*. 14(20), 15–26.
- Prihasari, E. (2023). Perlindungan Data Pribadi Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Menurut Peraturan Perundang-Undangan Di Indonesia (Legal Protection of Consumer Personal Data in E-Commerce According To Laws dan Regulations in Indonesia). *Jurnal Rechts Vinding*, 12(2), 261–279.
- Rafi, M. (2024). *Perlindungan Hak Cipta dalam E-Commerce : Perspektif Hukum Dagang Internasional dan Relevansinya dengan Hukum Indonesia*. 4(2), 75–81.
- S, E. N., Kinasih, F., D, N. A. K., Prio, A., & Santoso, A. (2024). *Upaya Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual Pada Era Bisnis Digital* al 11. 1–7.
- Sulistianingsih, D., Setiawan, A., & Adhi, Y. P. (2023). Adaptasi Strategi Perlindungan Kekayaan Intelektual di Lokapasar. *Hukum Dan Politik Dalam Berbagai Perspektif*, 218–242. <https://bookchapter.unnes.ac.id/index.php/hp/article/view/164>