

AILJ

HUKUM MEREK

VOLUME 8 NOMOR 1 | MARCH 2026

PENGUNAAN PENDEKATAN *DISGORGEMENT OF PROFITS* SEBAGAI REMEDIASI
KERUGIAN DALAM DILUSI MEREK

AIKO, BREANNA MARIELLA P. DAN CELINE DIAMONA S. (ALSA LC UI)

ANALISIS YURIDIS *DATA SCRAPING* SEBAGAI OBJEK HAK CIPTA DALAM
PERKEMBANGAN AI TERHADAP PERSAINGAN USAHA

FAIZA AISYAH KAMILA (ALSA LC UNUD)





ISSN 2656-5420

ALSA INDONESIA LAW JOURNAL

Volume 8, Nomor 1, Maret 2026

INFO JURNAL

ALSA Indonesia Law Journal merupakan jurnal ilmiah yang diterbitkan secara berkala oleh Asian Law Students' Association (ALSA) National Chapter Indonesia sebanyak dua (2) kali dalam satu tahun. Jurnal ini telah terbit secara konsisten sejak tahun 2019.

Adapun tujuan penerbitan ALSA Indonesia Law Journal adalah sebagai berikut:

- Mewadahi anggota ALSA Indonesia sebagai mahasiswa hukum dalam mengasah kemampuan analisis hukum dan menghasilkan produk penulisan hukum yang berkualitas melalui publikasi karya ilmiah;
- Menelaah dan mengkompilasikan artikel-artikel ilmiah hukum dari anggota ALSA Indonesia menjadi jurnal hukum yang terakreditasi secara nasional; dan
- Menunjukkan visibilitas ALSA Indonesia sebagai organisasi keilmuan hukum kepada masyarakat luas melalui produk penulisan hukum berbasis kajian dan riset yang dihasilkan oleh anggota ALSA Indonesia.

ALAMAT REDAKSI

Sekretariat ALSA Indonesia Law Journal
Jl. Sosio Yustisia No. 1, Bulaksumur
Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281
Indonesia

E-mail : contact@alsaindonesia.org; academic@alsaindonesia.org
Website : www.alsaindonesia.org

DEWAN REDAKSI

I Gede Manik Aditia Purbawa

Vice President of Academic Activities and Training

ALSA National Chapter Indonesia

MITRA BESTARI

- Dr. Henny Marlyna, S.H., M.H., M.L.I.
 - Fakultas Hukum, Universitas Indonesia, Depok
- Ananda Fersa Dharmawan, S.H., M.H.
 - Fakultas Hukum, Universitas Padjadjaran, Jatinangor

EDITORIAL

Dalam era globalisasi ekonomi yang semakin kompetitif, hukum kekayaan intelektual, khususnya hukum merek, memegang peranan sentral dalam menjaga integritas pasar, melindungi identitas komersial, serta mendorong persaingan usaha yang sehat dalam arus barang dan jasa lintas batas. Percepatan digitalisasi, kemunculan ekonomi kreatif, dan tantangan komersial tanpa batas negara menuntut kerangka hukum merek yang responsif, adaptif, dan mampu memberikan kepastian hukum bagi para pelaku usaha maupun konsumen. ALSA Indonesia Law Journal Volume 8 Nomor 1 mengajak para pembaca untuk menelaah secara kritis dinamika hukum merek kontemporer, mulai dari mekanisme perlindungan merek terkenal, sengketa pendaftaran dengan iktikad tidak baik, hingga kompleksitas penegakan hukum di ekosistem digital. Selama beberapa dekade, instrumen fundamental seperti Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, serta kerangka internasional seperti Paris Convention dan Madrid Protocol, telah menjadi pilar utama dalam menata sistem perlindungan kekayaan intelektual yang selaras dengan standar global.

Namun, realitas dunia usaha dan perkembangan teknologi saat ini sangatlah fluktuatif. Dari situlah muncul tantangan-tantangan baru yang menguji relevansi norma-norma perlindungan merek yang telah mapan. Fenomena pelemahan merek (*brand dilution*), maraknya peredaran barang bajakan dan pelanggaran hak di platform *e-commerce*, sengketa merek lintas yurisdiksi, hingga urgensi regulasi terkait penggunaan kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence*) dalam penciptaan elemen merek menjadi pembahasan yang mendesak.

Kami berharap edisi ini dapat memberikan wawasan bagi akademisi, profesional hukum, serta pengambil kebijakan dalam memahami dan mengembangkan hukum merek yang lebih progresif, berkeadilan, dan adaptif terhadap perubahan zaman. Kami juga menyampaikan apresiasi dan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada seluruh penulis, mitra akademik, serta pihak-pihak yang telah berkontribusi dalam penerbitan jurnal ini.

Dewan Redaksi

Daftar Isi

ISSN 2656-5420

**Penggunaan Pendekatan *Disgorgement of Profits* sebagai
Remediasi Kerugian dalam Dilusi Merek**

1-26

**Analisis Yuridis *Data Scraping* sebagai Objek Hak Cipta
dalam Perkembangan AI dan Implikasinya terhadap
Persaingan Usaha**

27-41

Penggunaan Pendekatan *Disgorgement of Profits* sebagai Remediasi Kerugian dalam Dilusi Merek

Aiko, Breanna Mariella Pakpahan, Celine Diamona Siregar
Fakultas Hukum Universitas Indonesia

Abstrak

Dilusi merek terjadi ketika para pihak menggunakan merek yang serupa atau memiliki kemiripan dengan merek dari barang dan/atau jasa tidak sejenis, sehingga melemahkan kekhasan atau reputasi merek terkenal. Pasal 21 ayat (1) huruf c Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (“UU MIG”) melarang permohonan merek memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa yang tidak sejenis. Ketentuan ini selaras dengan Artikel 16 ayat (3) *Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights* (“TRIPs”) *Agreement* yang memberikan perlindungan kepada pemilik merek dari penggunaan merek oleh pihak lain yang dapat menimbulkan keterkaitan dan kerugian. Berbeda dengan pelanggaran merek biasa yang berfokus pada kebingungan konsumen, dilusi menitikberatkan pada risiko *blurring* dan *tarnishment*. Namun, rezim hukum nasional masih didominasi sanksi administratif seperti penolakan atau pembatalan merek, sehingga tidak memadai untuk memulihkan kerugian ekonomi akibat penurunan nilai komersial merek. Dibandingkan dengan pendekatan yang berfokus pada kerugian yang sulit diukur, penerapan *disgorgement of profits* dapat mendorong penerapan *gain-based damages*, yakni perampasan keuntungan yang diperoleh pelaku dari pemanfaatan reputasi merek yang terkenal. Secara umum, mekanisme tersebut dilakukan melalui penyitaan, perampasan oleh negara, atau pengenaan denda administratif berdasarkan jumlah keuntungan yang ilegal. Sanksi berupa perampasan keuntungan dapat berpotensi memperbaiki kalkulasi untung-rugi pelaku, sehingga pelanggaran tidak lagi menguntungkan pelaku pemboncengan (*free-riding*). Pendekatan ini mengatasi permasalahan pembuktian hubungan kausal antara pelanggaran dan kerugian (indeterminasi kausalitas), sekaligus berfungsi sebagai mekanisme korektif guna mencegah eksploitasi terhadap nilai ekonomi merek terkenal di Indonesia.

Kata kunci: dilusi merek, merek terkenal, perampasan keuntungan

Abstract

Trademark dilution happens when parties use similar or identical branding for dissimilar goods and/or services, which may impair the distinctiveness or reputation of well-known marks. Article 21 Paragraph (1) letter c of the Law No. 20 Year 2016 on Trademarks and Geographical Indications (“UU MIG”) prohibits application of marks that are identical or similar on essential parts or entirety of a well-known mark owned by another party. This regulation aligns with Article 16 paragraph (3) of the Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (“TRIPs”) *Agreement* that recognizes the protection for trademark owners that may be harmed by parties associating their marks. This is different from the ordinary trademark infringement that focuses on consumers’ confusion, in which dilution emphasizes the blurring and tarnishment risk. However, the national legal system is still dominated by administrative sanctions, such as the refusal or cancellation of trademarks, which are not sufficient to recover the economic loss caused by the reduction of a trademark’s commercial value. Rather than focusing on losses that are difficult to calculate, the application of disgorgement of profits can encourage the use of gain-based damages, which is the forfeiture of profits obtained by the infringer benefiting from the well-known

marks' reputation. In general, it is carried out through confiscation, skimming-off, or the imposition of administrative fines proportionate to the illegal profits. Disgorgement of profits can correct the perpetrator's cost-benefit calculation, making it no longer profitable for free riders. This approach overcomes the problem of proving a causal relationship between violations and losses (indeterminacy of causality), while also functioning as a corrective mechanism to prevent exploitation of the economic value of well-known marks in Indonesia.

Keywords: *trademark dilution, well-known marks, disgorgement of profits*

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seiring berkembangnya interkoneksi antara negara melalui globalisasi, aktivitas perdagangan barang serta jasa menjadi semakin intensif.¹ Akibatnya, konsumen dihadapkan dengan pilihan barang serta jasa yang variatif dari berbagai pelaku usaha. Situasi tersebut memicu pelaku usaha untuk membedakan barang serta jasa mereka dari produk-produk pesaing. Alhasil, konsep “merek” lahir sebagai representasi reputasi dan identitas produk yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.² Suatu merek memegang peranan penting sebagai alat pemasaran dan periklanan (*marketing and advertising device*) demi bersaing dengan merek lainnya. Oleh karena itu, perlindungan merek dagang melalui regulasi yang ketat sangatlah penting untuk menjaga ketertiban pasar dan mendorong inovasi merek.

Sebelum terdapat perlindungan merek, para peserta menolak untuk menghadiri International Exhibition of Inventions di Vienna pada tahun 1873 karena takut ide-ide mereka akan dicuri serta dikomersilkan oleh pihak dari negara lain. Hal ini memicu perumusan Paris Convention for The Protection of Industrial Property 1883 (**Paris Convention**) sebagai perjanjian internasional untuk melindungi merek, paten, dan desain industri.³ Konvensi tersebut kemudian menjadi awal dari perlindungan merek yang kemudian memicu perjanjian internasional, yaitu Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (**TRIPS Agreement**), yang mewajibkan negara-negara anggota World Trade Organization (**WTO**) untuk memberikan perlindungan terhadap merek.⁴

Merek didefinisikan dalam Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (**UU MIG**) sebagai

“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

¹ Calendula Aprido Yurni, et al., ‘Dampak Perdagangan Internasional Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia 2010 - 2021,’ (2025) 1 Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi. [488].

² Zhenyu Yang, ‘Research on the History of Trademark Law Change and Trademark Attachment,’ (2025) Proceedings of the 4th International Conference on Business and Policy Studies. [128].

³ Krehsnik Bello, Orkida Ilollari, dan Sokol Ndoka, ‘Trademark, The Marketing Name of The Business,’ (2020) 2 Economicus. [50].

⁴ The Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights 1995. (TRIPS Agreement).

membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa."⁵

Berdasarkan pengertian tersebut, fungsi utama merek adalah sebagai daya pembeda barang atau jasa yang memungkinkan konsumen mengidentifikasi produk dari suatu pelaku usaha di antara produk-produk lainnya.⁶ Dengan demikian, merek menjadi aset dengan nilai serta kedudukan yang signifikan dalam transaksi barang serta jasa.

Di antara merek yang digunakan untuk barang atau jasa, terdapat berbagai merek yang memiliki popularitas dan reputasi lebih tinggi di antara masyarakat, yang disebut sebagai merek terkenal (*well-known marks*).⁷ Dalam dunia nyata, merek terkenal kerap disalahgunakan oleh pihak lain yang menggunakan tanda yang sama atau serupa dengan merek terkenal secara tanpa hak. Eksploitasi atas daya pembeda tersebut dilakukan demi mengecoh serta menyesatkan konsumen sehingga merusak kepercayaan terhadap merek terkenal.⁸ Perbuatan tersebut dikenal sebagai dilusi merek.

Doktrin dilusi merek adalah penggunaan tanda yang sama atau serupa oleh pihak lain, baik untuk barang atau jasa sejenis maupun tidak sejenis, sehingga menyebabkan pelemahan daya pembeda dari suatu merek terkenal.⁹ Padahal, merek terkenal memiliki perlindungan khusus, baik yang dirumuskan dalam regulasi internasional maupun nasional. Salah satu contohnya adalah Pasal 16 ayat (2) TRIPS Agreement *jo* Pasal 6bis Paris Convention terkait penolakan atau pembatalan pendaftaran yang menyerupai merek terkenal.¹⁰ Indonesia juga menerapkannya melalui Pasal 21 ayat (1) huruf b dan c UU MIG, yang menolak permohonan pendaftaran apabila terdapat kesamaan dengan merek

⁵ Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU MIG), Pasal 1 angka 1.

⁶ Yoga Saputra dan Yati Nurhayati, 'Analisis Perlindungan Terhadap Merek Non-Tradisional Ditinjau Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016,' (2019) XI Al'Adl [210].

⁷ Alvin Mulia Utama dan Devica Rully Masrur, 'Perlindungan Merek Terkenal Yang Telah di Daftarkan Indonesia Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis,' (2020) 1 Journal Civitas Academica Law [10].

⁸ Syifa Rahmatul Ummah Arif, 'Pelindungan Hukum Merek Terkenal atas Tindakan Passing Off di Indonesia Berdasarkan Doktrin Likelihood of Confusion,' (2025) 5 Khatulistiwa: Jurnal Pendidikan dan Sosial Humaniora [748].

⁹ Kholis Roisah dan Joko Setiyono, 'Penerapan Trademark Dilution Pada Penegakan Perlindungan Hukum Hak Merek Terkenal di Indonesia,' (2019) 15 Law Reform [306].

¹⁰ TRIPS Agreement, Pasal 16.

terkenal atas barang atau jasa sejenis maupun tidak sejenis.¹¹ Menyadari pentingnya merek terkenal agar dapat mempertahankan nilai ekonomisnya, maka para pihak yang beritikad tidak baik wajib dikenakan sanksi sebagai efek jera, salah satunya melalui konsep *disgorgement of profits*. *Disgorgement of profits* adalah konsep ganti rugi yang menargetkan perolehan keuntungan yang diperoleh oleh pihak yang melanggar, dengan tujuan memastikan bahwa pelanggaran tidak menguntungkan pelaku.¹²

Pendekatan tersebut sangat penting untuk diterapkan di Indonesia, mengingat belum terdapat peraturan ganti rugi yang memadai dalam UU MIG hingga saat ini. Hal ini menjadi semakin genting, dengan adanya fakta bahwa Indonesia telah berulang kali masuk dan bertahan dalam daftar *Priority Watch List (PWL)* yang dikeluarkan oleh United States Trade Representative (USTR).¹³ Kehadiran Indonesia dalam daftar tersebut menandakan bahwa terdapat permasalahan serius di Indonesia terkait perlindungan dan penegakan hukum bagi pemilik merek. Pelanggaran hak terhadap pemilik merek terkenal masih menjadi hal yang lumrah karena ketiadaan sanksi yang memberikan efek jera secara kuat bagi pelaku. Oleh karena itu, Tim Penulis hendak mengkaji dan menganalisis penerapan *disgorgement of profits* sebagai instrumen remediasi dalam penyelesaian sengketa dilusi merek di Indonesia, dengan memperhatikan kerangka hukum nasional maupun mempertimbangkan regulasi negara lain yang berlaku.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana *status quo* pengaturan dilusi merek di Indonesia dan permasalahannya?
2. Bagaimana perbandingan penerapan *disgorgement of profits* dengan Amerika Serikat?
3. Bagaimana mekanisme penerapan *disgorgement of profits* terhadap isu dilusi merek di Indonesia?

1.3. Dasar Hukum

¹¹ UU MIG, Pasal 21.

¹² Rezza Aryansyah dan Arman Nefi, 'Penerapan Disgorgement Fund Sebagai Upaya Memberikan Perlindungan Bagi Investor Di Pasar Modal Indonesia,' (2022) 6 Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan [10406]. (10404-10411).

¹³ Shabrina Ummi Fitria, 'Perlindungan Hukum Merek Terkenal Terhadap Dilusi Merek Pada Platform E-Commerce,' (2024) 10 Law Research Review Quarterly [911].

1. Paris Convention for the Protection of Industrial Property (**Paris Convention**) (1883)
2. The Lanham Act (1946)
3. Convention Establishing the World Intellectual Property Organization (**WIPO Convention**) (1967)
4. Protocol Relating to the Madrid Agreement Concerning the International Registration of Marks (**Madrid Protocol**) (1989)
5. Trademark Law Treaty (**TLT**) (1994)
6. Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (**TRIPS Agreement**) (1995)
7. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (**UU MIG**)
8. Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek (**UU Merek 2001**)
9. Keputusan Presiden No. 15 Tahun 1997 tentang Pengesahan Paris Convention For The Protection Of Industrial Property Dan Convention Establishing The World Intellectual Property Organization (**Keppres 15/1997**)
10. Keputusan Presiden No. 7 Tahun 1997 tentang Pengesahan Persetujuan Angkutan Udara Antara Pemerintah Republik Indonesia Dan Pemerintah Kyrgyzstan (**Keppres 7/1997**)
11. Peraturan Menteri Hukum dan HAM Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek
12. POJK Nomor 65/POJK.04/2020 tentang Pengembalian Keuntungan Tidak Sah dan Dana Kompensasi Kerugian Investor di Bidang Pasar Modal (**POJK 67/2016**)
13. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (**KUHPerdata**)

II. ANALISIS

2.1. Tinjauan Pustaka

Kajian terkait dilusi merek sudah berkembang pesat dalam literatur hak kekayaan internasional sejak pengadopsian TRIPS Agreement. Pada tahun 1927, diterbitkan artikel berjudul *The Rational Basis of Trademark Protection* yang menekankan bahwa perlindungan merek bukan hanya mencakup mengenai kebingungan konsumen, tetapi juga daya pembeda dalam suatu merek.¹⁴ Konsep tersebut

¹⁴ Frank I. Schechter, 'The Rational Basis of Trademark Protection,' (1927) 40 Harvard Law Review [818].

diaplikasikan pada perlindungan merek terkenal dari fenomena dilusi merek atau fenomena *free-riding* yang hanya menggunakan ketenaran merek tersebut dan menghilangkan atau memudahkan kekuatan daya pembeda yang terdapat pada merek tersebut.

Di Indonesia, kajian yang ada berfokus pada kekosongan-kekosongan hukum yang terdapat pada UU MIG sebagai peraturan nasional utama terkait merek dan penerapan-penerapannya, mulai dari proses pendaftaran sampai penyelesaian sengketa. Pertama-tama, dalam kajian, dibedakan terlebih dahulu antara pelanggaran merek dan dilusi merek. Perlindungan terhadap pelanggaran (*infringement*) merek menurut The Lanham Act (1946) berfokus pada melindungi kemungkinan kebingungan konsumen yang terjadi antara dua merek atau lebih yang menjual produk yang berbeda.¹⁵ Sementara itu, dilusi merek biasanya terjadi karena pengaburan (*blurring*) atau penodaan (*tarnishment*) yang terjadi pada suatu merek terkenal disebabkan oleh merek lain, sehingga daya pembeda dari merek terkenal tersebut semakin pudar atau bahkan reputasinya ternodai.¹⁶ Penentuan pelanggaran merek dan dilusi merek pun berbeda, dimana Indonesia menggunakan prinsip-prinsip seperti *first to file*, itikad baik, daya pembeda, dan persamaan pada pokoknya sebagai parameter dalam upaya penyelesaian sengketa merek. Dibahas juga cakupan perlindungan merek terkenal dari fenomena dilusi merek dalam perdagangan elektronik (*e-commerce*), di mana marak terjadi dilusi merek seperti Colgate Beef Lasagna dan Harley Davidson Perfume atau bahkan perdagangan brand parody dengan tujuan humor seperti YouSuck (YouTube) dan Lies (Lay's).¹⁷ Ini semakin berbahaya karena sifat alamiah dari e-commerce yang sangat mudah dan cepat untuk menyebarkan informasi, dalam hal ini, promosi dan penjualan produk-produk tersebut dalam jangkauan yang lebih luas lagi. Oleh karena itu, Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PPMSE) bertanggung jawab untuk mengawasi platform *e-commerce* sebagai upaya perlindungan merek dan hak-hak kekayaan intelektual lainnya.

Disgorgement of profits sudah menjadi konsep sanksi yang dikenal sebagai bentuk remediasi yang sifatnya bukan hanya kompensatoris

¹⁵ Inge Dwisvimiari, 'Pengaturan Doktrin Dilusi Merek Sebagai Upaya Perlindungan Hukum Merek Terkenal di Indonesia,' (2016) 28 Mimbar Hukum [233].

¹⁶ *Ibid.*

¹⁷ Shabrina Ummi Fitria, 'Perlindungan Hukum Merek Terkenal Terhadap Dilusi Merek Pada Platform E-Commerce,' (2024) 10 Law Research Review Quarterly [911].

karena mengembalikan keuntungannya kepada pihak yang berhak, namun juga preventif karena memberikan *deterrence effect* kepada masyarakat umum. Di Indonesia, kajian mengenai *disgorgement of profits* kerap dibahas dalam pembahasan terkait kasus-kasus pasar modal.¹⁸ Sementara itu, dalam konteks perlindungan merek, kajian mengenai pendekatan remediasi tersebut masih terbatas karena UU MIG hanya mengatur mengenai ganti rugi secara umum, tanpa secara spesifik mengadopsi mekanisme tersebut. Tulisan ini berfokus mengenai penggunaan pendekatan *disgorgement of profits* sebagai sanksi tambahan yang dikenakan pada pelaku tindakan dilusi merek dengan tujuan untuk memberikan keuntungan-keuntungan yang seharusnya diperoleh oleh pemilik merek terkenal sebagai hasil dari reputasi merek yang sudah dibangunnya.

2.2. Analisis

2.2.1. *Status Quo* Pengaturan Dilusi Merek di Indonesia dan Permasalahannya

Perhatian Indonesia terhadap isu-isu hak kekayaan intelektual dimulai dengan Indonesia yang meratifikasi Paris Convention melalui Keppres 15/1997, serta TRIPS Agreement dan ratifikasinya melalui Keppres 7/1997. Salah satu permasalahan dalam upaya perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (**HKI**) adalah dilusi merek, di mana terjadi blurring dan/atau tarnishment pada daya pembeda dan reputasi yang dimiliki suatu merek terkenal. Terminologi “dilusi merek” sama sekali tidak tercantum dalam UU MIG, hanya diatur secara implisit pada Pasal 21 ayat (1) huruf b dan c.

Terdapat tiga kategori utama ketentuan dalam Paris Convention, yaitu prinsip asimilasi (*national treatment/principle of assimilation*), hak prioritas (*right of priority*), dan ketentuan-ketentuan umum (*common rules*). Prinsip asimilasi adalah prinsip pengakuan dan perlindungan hak-hak yang diberikan kepada suatu pihak dari negara yang sama-sama meratifikasi Paris Convention. Dalam konteks dilusi merek, merek terkenal yang diakui di negara lain juga berhak mendapatkan perlindungan dari *blurring* maupun

¹⁸ Zulfa Majida Rifanda, ‘Disgorgement Sebagai Upaya Perlindungan Hukum Bagi Investor Pasar Modal Di Indonesia,’ (2020) Skripsi Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia [78-80].

tarnishment di Indonesia. Prinsip tersebut dituang dalam Pasal 3, Pasal 21 ayat (1) huruf b dan c, Pasal 42, Pasal 76 ayat (1), serta Pasal 83 ayat (1) UU MIG. Sementara itu, hak prioritas adalah hak bagi pemohon merek yang telah terlebih dahulu mengajukan pendaftaran di suatu negara untuk menggunakan tanggal pengajuan pertamanya sebagai tanggal prioritas ketika mengajukan pendaftaran merek yang sama di negara lain dalam jangka waktu tertentu. Dalam konteks dilusi merek, eksklusivitas dan reputasi merek terkenal tersebut dapat dilindungi dengan cara mencegah pihak lain memperoleh atau menggunakan tanda yang sama atau serupa yang dapat melemahkan daya pembeda maupun nilai ekonomi merek tersebut. Hak tersebut dicerminkan dalam Pasal 9, 10, dan 35 UU MIG.¹⁹

Dalam penyelesaian sengketa dilusi merek di Indonesia, pemilik merek dapat melakukan upaya penyelesaian sengketa melalui pengadilan maupun di luar pengadilan. Terdapat beberapa jenis sanksi yang dapat dikenakan pada pelaku dilusi merek. **Pertama**, sanksi perdata. Berdasarkan Pasal 83 ayat (1) UU MIG, sanksi tersebut mewajibkan pelaku dilusi merek untuk memberikan ganti rugi kepada pihak yang melakukan pelanggaran merek dan atau/atau memberhentikan semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek hasil dilusi tersebut. Gugatan dapat diajukan pada Pengadilan Niaga dan dapat diajukan pula permohonan pemberhentian kegiatan perdagangan merek dugaan hasil dilusi selama pemeriksaan (*injunction*).²⁰ Ganti rugi diberikan pada pihak korban dilusi merek dengan dasar Pasal 1365 s.d. Pasal 1366 KUHPerdata mengenai PMH karena tidak diatur dalam UU MIG dan dilusi merek dapat dikategorikan sebagai PMH karena penggunaan merek yang sama atau serupa tanpa hak dapat melanggar hak eksklusif pemilik merek serta menimbulkan kerugian. Hal tersebut sejalan dengan Pasal 41 TRIPS Agreement yang mewajibkan negara anggota untuk menegakkan hukum dalam kasus pelanggaran merek.

¹⁹ Maolana Alfarizi, 'Penerapan Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Merek Terkenal Konvensi Paris Ke Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis,' (2021) 3 Literacy: Jurnal Ilmiah Sosial [53-61].

²⁰ UU MIG, Pasal 83 ayat (3) dan Pasal 84 ayat (1).

Kedua, penetapan sementara pengadilan. Pasal 94 UU MIG menyatakan bahwa pencegahan masuknya barang pelanggaran ke jalur perdagangan, penyitaan atau penyimpanan alat bukti pelanggaran, pengamanan barang bukti agar tidak hilang, dan perintah penghentian pelanggaran untuk mencegah kerugian lebih besar dapat dikenakan melalui penetapan sementara yang dikeluarkan oleh Pengadilan Niaga jika dimohonkan oleh pemilik merek dengan bukti permulaan yang cukup.

Ketiga, sanksi pidana. Jika terdapat unsur tindak pidana merek, seperti contohnya penipuan merek, maka sebagaimana diatur dalam Pasal 100 s.d. Pasal 103 UU MIG, pemilik merek dapat menuntut pelaku dilusi merek dengan delik aduan. Namun, kasus-kasus dilusi merek pada umumnya hanya melibatkan kerugian perdata, tidak terdapat unsur pidana. Selain itu, terdapat juga penyelesaian sengketa yang diatur dalam Pasal 93 UU MIG, yaitu melalui arbitrase maupun *Alternative Dispute Resolution* (ADR), seperti negosiasi, mediasi, atau konsiliasi. Mekanisme ini memungkinkan para pihak untuk mencapai kesepakatan penyelesaian yang relatif lebih cepat, terjangkau, dan fleksibel melalui jalur non-litigasi.

Sayangnya, penerapan larangan terhadap dilusi merek di Indonesia dihadapkan dengan berbagai isu serta tantangan. **Pertama**, terdapat kekosongan pengaturan mengenai konsep dilusi merek secara eksplisit dalam UU MIG.²¹ Bahkan, alih-alih dilusi merek, hakim menggunakan alasan lain seperti pembatalan merek sebagai dasar untuk menjatuhkan putusan.²² Salah satu akibat fatal dalam kekosongan peraturan terjadi pada peraturan UU MIG sebelum perubahan atau UU Merek 2001 terhadap Kasus IKEA vs IKEMA. Dalam kasus tersebut, merek IKEA yang telah mengakui sebagai merek terkenal sejak tahun 1943 menggugat PT Angsa Daya sebagai pemilik merek IKEMA. Meskipun IKEA dan IKEMA diperuntukkan untuk barang kelas yang berbeda, hal tersebut

²¹ Rika Ratna Permata, *et. al.*, 'Tinjauan Kasus Tentang Dilusi Merek Di Indonesia Dan Thailand,' (2019) 26 Jurnal Hukum Ius Quia Iustum [5].

²² Inge Dwisvimiar, 'Pengaturan Doktrin Dilusi Merek Sebagai Upaya Perlindungan Hukum Merek Terkenal di Indonesia,' (2016) 28 Mimbar Hukum [245-246].

tetap termasuk pelanggaran. Hal ini dikarenakan IKEMA memiliki tanda yang sama pada keseluruhan atau sebagian IKEA sehingga berpotensi untuk membuat konsumen keliru ketika membuat keputusan pembelian. Hakim di tingkat kasasi menyatakan bahwa terdapat kekosongan peraturan pelaksana atas Pasal 6 ayat (2) UU Merek 2001, yakni Peraturan Pemerintah yang seharusnya mencakup persyaratan-persyaratan penolakan permohonan merek. Sekarang, pasal serupa yang kini diatur dalam Pasal 21 ayat (1) UU MIG telah memiliki peraturan pelaksana melalui Peraturan Menteri Hukum dan HAM Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek. Namun, kasus IKEA vs IKEMA menjadi peringatan penting bagi penyelenggara negara atas risiko kekosongan hukum yang dapat menyebabkan ketidakadilan bagi pemilik merek terkenal.

Kasus yang merupakan risiko atas ketidakhadiran regulasi dilusi merek terjadi pada kasus STARBUCKS vs STARBUNG di Thailand, dimana terdapat persamaan pada nama serta logo. Kekosongan regulasi dilusi merek menyebabkan STARBUCKS, sebagai pemilik merek terkenal, tidak memiliki dasar gugatan yang kuat bagi pihak yang menggunakan tanda tanpa izin pemiliknya. Oleh karena itu, kedua kasus tersebut mendorong urgensi perumusan regulasi yang koheren serta eksplisit terkait dilusi merek.

Kedua, penerapan sanksi bagi pelaku dilusi merek belum memberikan efek jera. Jika digugat, para pelanggar hak merek dapat dimintakan ganti rugi atau penarikan barang-barang dari edaran. Secara definisi, ganti rugi adalah kehilangan potensi keuntungan yang dapat diterima.²³ Kerugian yang dialami oleh pihak korban dalam kasus dilusi merek dapat berupa materiil (finansial) dan immateriil (reputasi). Indonesia hanya menghitung jumlah kerugian yang wajib digantikan berdasarkan kerugian materiil berdasarkan kerugian nyata yang diderita, seperti penggantian atas barang dengan jenis atau jumlah yang sama serta penggantian uang dengan nilai yang seimbang.²⁴ Dengan

²³ Yolanda Bella Puspita, *et. al.*, “Ganti Rugi Atas Penggunaan Merek Yang Memiliki Persamaan Pada Pokoknya,” (2023) 3 Locus Jurnal Konsep Ilmu Hukum [137].

²⁴ *Ibid.*

demikian, pencegahan serta penanganan dilusi merek di Indonesia dihadapi dengan berbagai tantangan, khususnya dikarenakan tidak adanya pengaturan khusus tentang dilusi merek dan tidak adanya instrumen ganti rugi yang efektif untuk mengatasi kerugian yang diakibatkan oleh dilusi merek.

2.2.2. Efektivitas Penerapan *Disgorgement of Profits* dalam Hukum Positif Indonesia

a. Perampasan Keuntungan sebagai Pencegah *Free-Riding*

Fenomena *free-riding* dalam konteks merek terkenal merujuk pada pemanfaatan reputasi, *goodwill*, dan ekuitas merek yang telah dibangun oleh pemilik merek melalui investasi waktu, tenaga dan modal yang signifikan tanpa memberikan kontribusi apapun terhadap pembentukan nilai tersebut dan tanpa izin dari pemiliknya.²⁵ Pelaku *free-riding* secara ekonomis “membonceng” (*parasitize*) reputasi merek terkenal untuk memasarkan produknya, sehingga memperoleh keuntungan yang sesungguhnya berasal dari nilai yang diciptakan oleh pemilik merek. Merek terkenal merupakan merek yang memiliki reputasi tinggi karena promosi yang gencar dan besar-besaran, investasi di beberapa negara serta disertai bukti pendaftaran di berbagai negara.²⁶ Nilai merek tersebut yang dikenal sebagai *brand equity*, mempresentasikan aset tidak berwujud memiliki nilai ekonomi riil bagi pemiliknya.²⁷ Ketika pihak ketiga tanpa hak menggunakan merek atau tanda yang menyerupai merek terkenal tersebut, pihak tersebut pun memperoleh keuntungan.

Tindakan *free-riding* pun menciptakan kondisi *unjust enrichment* yang menuntut remediasi melalui *disgorgement of profits*. Prinsip ini diformulasikan secara tegas oleh Amerika Serikat melalui *Restatement (Third) of Restitution and Unjust Enrichment* yang menyatakan bahwa seseorang yang memperoleh manfaat dari intervensi

²⁵ Hanoch Dagan, ‘The Law and Ethics of Restitution’ (2004) Cambridge University Press [184].

²⁶ UU MIG, Pasal 1 angka 5.

²⁷ David S Welkowitz, *Trademark Dilution: Federal, State, and International Law* (BNA Books 2002) [89].

terhadap kepentingan yang dilindungi hukum dari pihak lain bertanggung jawab untuk mengembalikan nilai dari manfaat yang diperoleh tersebut. Penerapan *disgorgement of profits* sebagai pencegah *free-riding* memiliki efek ganda. **Pertama**, ia menghilangkan insentif ekonomi untuk melakukan pelanggaran dengan memastikan bahwa keuntungan dari pelanggaran tidak dapat dipertahankan oleh pelanggar. **Kedua**, ia memberikan sinyal kepada pelaku pasar bahwa eksploitasi merek terkenal tanpa izin tidak hanya menghadirkan resiko pertanggungjawaban atas kerugian, namun juga resiko hilangnya seluruh keuntungan yang telah diraih.

Apabila keuntungan dari pelanggaran secara konsisten melampaui sanksi yang ditetapkan karena banyak kasus pelanggaran yang tidak terdeteksi atau karena kompensasi yang ditetapkan pengadilan lebih rendah dari keuntungan yang diperoleh, maka pelanggar potensial memiliki insentif rasional untuk tetap melakukan pelanggaran. Prinsip *disgorgement of profits* memutus logika tersebut dengan menghapus keuntungan bersih dari pelanggaran secara menyeluruh.²⁸ Dalam konteks dilusi merek, pendekatan *disgorgement of profits* memiliki relevansi yang tinggi karena karakteristik khas dari kerugian akibat dilusi yang bersifat difus, kumulatif, dan sulit diukur secara pasti melalui penghitungan konvensional.

b. Penyelesaian Masalah Indeterminasi Kausalitas

Berbeda dengan pelanggaran hak merek konvensional yang menimbulkan kebingungan asal-usul barang yang dapat dibuktikan secara relatif langsung, dilusi merek bekerja melalui mekanisme yang jauh lebih bertahap dengan pelemahan daya pembeda dan pencemaran citra merek secara gradual.²⁹ Teori ganti rugi kompensatoris dalam KUHPerdara mensyaratkan adanya hubungan kausalitas yang jelas antara perbuatan melawan hukum

²⁸ Frank H Easterbrook dan Daniel R Fischel, 'Optimal Damages in Securities Cases,' (1985) 52 University of Chicago Law Review [611].

²⁹ Dan B Dobbs, 'Law of Remedies: Damages, Equity, Restitution' (West Publisher Co 1993) [680].

dengan kerugian yang diderita.³⁰ Dalam dilusi merek, penggugat harus membuktikan bahwa penurunan nilai merek terkenal yang terjadi secara kumulatif dalam jangka panjang disebabkan secara langsung oleh penggunaan tanda oleh tergugat yang spesifik, bukan oleh faktor-faktor lain seperti perubahan tren pasar, strategi kompetitor lain atau dinamika preferensi konsumen yang terus berubah.³¹ Beban pembuktian ini, apabila diterapkan secara *rigid* sebagaimana dalam paradigma kompensatoris Pasal 1365 s.d. Pasal 1366 KUHPerdara, akan secara praktis meniadakan kemungkinan keberhasilan gugatan dilusi merek di pengadilan Indonesia.

Melalui pengalihan fokus dari kerugian penggugat ke keuntungan tergugat, *disgorgement of profits* memungkinkan pembuktian yang jauh lebih terukur dan definitif. Keuntungan yang diperoleh tergugat tercatat dalam pembukuan keuangannya sendiri dan dapat dibuktikan melalui audit finansial, sehingga ketidakpastian mengenai besaran kerugian aktual penggugat, yang menjadi batu sandungan dalam pendekatan kompensatoris, menjadi tidak lagi relevan.³² Hanya akan diperlukan pembuktian bahwa tergugat memperoleh keuntungan dari penggunaan tanda yang menyerupai merek terkenal milik penggugat dan bahwa penggunaan tersebut secara hukum merupakan tindakan yang tidak diperkenankan.³³

Hubungan kausalitas yang diperlukan dalam *disgorgement of profits* adalah kausalitas dalam arti yang lebih luas, cukup apabila dapat dibuktikan bahwa keuntungan tergugat berkorelasi secara normatif dengan eksploitasi yang dilakukan terhadap merek penggugat, tanpa harus menetapkan secara presisi seberapa besar

³⁰ Sri Redjeki Slamet, 'Tuntutan Ganti Rugi Dalam Perbuatan Melawan Hukum: Suatu Perbandingan Dengan Wanprestasi,' (2013) 10 Lex Jurnalica.[117].

³¹ Yoseph Reynaldo Gloria Passar, 'UMKM dan Pelanggaran Hak atas Merek Dagang,' Kompas, 2024) <<https://www.kompas.id/artikel/umkm-dan-pelanggaran-hak-atas-merek-dagang>> accessed 6 Maret 2026.

³² Eddy Damian, Hukum Hak Cipta (Alumni 2009).[197].

³³ Suyud Margono dan Longginus Hadi, Pembaharuan Perlindungan Hukum Merek (CV Novindo Pustaka Mandiri 2002).[63].

bagian dari keuntungan tersebut yang secara langsung bersumber dari reputasi merek penggugat.³⁴

c. Fungsi Korektif terhadap Eksploitasi Nilai Ekonomi Merek Terkenal

Dilusi merek, baik dalam bentuk *blurring* maupun *tarnishment*, bekerja dengan cara mengikis nilai ekuitas merek yang telah dibangun. *Blurring* melemahkan keunikan dan daya pembeda merek melalui pengenceran (*whittling away*), sementara *tarnishment* sendiri mencemarkan citra merek melalui asosiasi negatif yang ditimbulkan oleh penggunaan tanda serupa yang berkualitas rendah dan bersifat tidak pantas.³⁵ Kedua bentuk dilusi ini mengakibatkan pengurangan nilai ekonomi merek dan kemampuan pemilik merek aslinya untuk memonetisasi asetnya. Fungsi korektif dari *disgorgement of profits* memaksa pelaku dilusi merek untuk menyerahkan keuntungan yang diperoleh dari eksploitasi nilai ekuitas merek terkenal tanpa kompensasi apapun kepada pemiliknya, ini merupakan bentuk pemulihan ekonomi yang bersifat langsung karena apabila nilai merek terkenal telah dipinjam tanpa izin oleh pihak lain, maka keuntungan yang diraih akan dikembalikan pada pihak yang secara sah menciptakan nilai yang dieksploitasi.

Pada tingkatan kedua, *disgorgement of profits* memiliki fungsi korektif terhadap distorsi pasar yang diciptakan oleh praktik *free-riding*, kompetitor yang tidak melakukan investasi dalam pembangunan merek seharusnya tidak menikmati keunggulan kompetitif atas biaya yang dikeluarkan oleh pemilik merek terkenal. Fungsi korektif ini sendiri dapat didasarkan pada ketentuan Pasal 76 ayat (1) huruf b UU MIG yang memberikan hak kepada pemilik merek terdaftar untuk mengajukan gugatan ganti rugi atas pelanggaran mereknya.³⁶ Walaupun ketentuan tersebut tidak secara eksplisit menyebut *disgorgement of profits*, dengan mengintegrasikan prinsip *unjust enrichment*

³⁴ Ernest J Weinrib, *The Idea of Private Law* (Harvard University Press 1995).[135].

³⁵ Schechter FI, 'The Rational Basis of Trademark Protection' (1927) 40 *Harvard Law Review* [813].

³⁶ UU MIG, Pasal 76 ayat 1 huruf b.

dan *full compensation* yang mengharuskan pemulihan seluruh kerugian yang timbul dari perbuatan melawan hukum, memungkinkan pengadilan untuk menetapkan ganti rugi yang mencakup *disgorgement of profits* atas keuntungan tergugat sebagai komponen remediasi yang komprehensif.

Selain itu, apabila nilai dari merek terkenal yang dieksploitasi dapat dibuktikan melalui penilaian aset tidak berwujud (*intangible asset valuation*), misalnya dengan metode *cost approach*, maka besaran *disgorgement of profits* yang dapat dikaitkan langsung dengan nilai lisensi hipotesis yang seharusnya dibayarkan tergugat kepada penggugat apabila penggunaan tersebut dilakukan melalui mekanisme yang sah. Pendekatan ini memberikan dasar kuantitatif yang lebih kuat bagi pengadilan dalam menetapkan besaran *disgorgement of profits*, sekaligus memastikan bahwa pemulihan yang diberikan setidaknya mencerminkan nilai minimum dari apa yang seharusnya diperoleh pemilik merek apabila penggunaan itu dilakukan secara legal.³⁷

2.3. Mekanisme Penghitungan *Disgorgement of Profits* dalam Hukum Amerika Serikat

Mekanisme penghitungan *disgorgement of profits* dalam hukum merek Amerika Serikat diatur dalam Pasal 35(a) Lanham Act, 15 USC § 1117(a) yang menetapkan bahwa penggugat berhak mendapatkan 3 hal utama. **Pertama**, keuntungan tergugat (*defendant profits*). **Kedua**, kerugian aktual penggugat. **Ketiga**, biaya perkara. Bila Hakim memandang tepat, pengadilan dapat melipatgandakan jumlah yang ditetapkan namun tidak melebihi tiga kali lipat dari jumlah tersebut.³⁸ Amerika sendiri menganut prinsip pembagian beban pembuktian yang asimetris dalam perhitungan *disgorgement of profits*, penggugat hanya berkewajiban untuk membuktikan pendapatan kotor tergugat yang berasal dari atau terkait dengan penggunaan merek yang disengketakan. Setelah penggugat membuktikan pendapatan kotor, beban pembuktian beralih sepenuhnya kepada tergugat untuk membuktikan biaya-biaya yang

³⁷ Jerre B Swann, 'An Interdisciplinary Approach to Brand Strength' (2006) 96 Trademark Reporter [943].

³⁸ Lanham (Trademark) Act 1946, 15 USC § 1117(a) (2006).

dapat dikurangkan guna memperoleh keuntungan bersih yang aktual.³⁹ Ketentuan ini secara strategis memposisikan tergugat pada posisi yang lebih sulit karena tergugat lah yang memegang akses terhadap data keuangan internalnya.

Tahapan penghitungan *disgorgement of profits* dalam perkara merek terbagi menjadi: (i) identifikasi seluruh pendapatan yang diperoleh dari penjualan produk atau jasa yang menggunakan merek yang melanggar; (ii) pengurangan biaya variabel langsung yang dapat dikaitkan dengan produksi dan penjualan produk tersebut; (iii) apabila hanya sebagian dari bisnis tergugat yang terdampak oleh pelanggaran, maka dilakukan apportionment (pembagian proporsional) untuk memisahkan keuntungan yang bersumber dari pelanggaran dari keuntungan yang bersumber dari faktor-faktor lain; dan (iv) apabila tergugat dapat membuktikan bahwa sebagian dari keuntungannya disumbangkan oleh faktor-faktor selain penggunaan merek yang melanggar (misalnya reputasi independen tergugat atau inovasi produk), maka pengadilan akan melakukan penyesuaian proporsional.⁴⁰

Konsep *apportionment* merupakan salah satu aspek yang kompleks dalam penghitungan *disgorgement of profits*. Dalam perkara *Wella Corp v. California Concept Corp*, pengadilan menegaskan bahwa adalah tidak adil untuk memerintahkan tergugat untuk menyerahkan seluruh keuntungan bisnisnya apabila hanya sebagian dari keuntungan tersebut yang dapat dikaitkan dengan penggunaan merek yang melanggar.⁴¹ *Apportionment* dilakukan dengan berbagai metode, termasuk analisis survei konsumen untuk mengukur seberapa besar keputusan pembelian dipengaruhi oleh merek dibandingkan dengan faktor produk lainnya, analisis kontribusi merek atau pendekatan matematika berdasarkan perbandingan biaya yang terkait dengan merek terhadap total biaya produksi.⁴²

Kekuatan diskresi hakim dalam penentuan *disgorgement of profits* di Amerika Serikat juga menjadi hal yang penting karena pengadilan memiliki kewenangan untuk menyesuaikan jumlah *disgorgement of profits* berdasarkan pertimbangan ekuitas misalnya dengan mengurangi jumlah yang harus diserahkan apabila tergugat dapat

³⁹ *Lindy Pen Co v Bic Pen Corp*, 982 F 2d 1400, 1405 (9th Cir 1993).

⁴⁰ J. Thomas McCarthy, *McCarthy on Trademarks and Unfair Competition* (Thomson Reuters 2022) [30].

⁴¹ *Wella Corp v California Concept Corp*, 558 F 2d 1019, 1022 (CCPA 1977).

⁴² Restatement (Third) of Unfair Competition § 37, comment b (American Law Institute 1995)

membuktikan itikad baiknya atau dengan meningkatkan jumlah tersebut apabila pelanggaran dilakukan secara sengaja dan disertai niat jahat.⁴³ Dalam perkara *Adidas America Inc v. Payless ShoeSource Inc*, pengadilan mengabulkan disgorgement of profits senilai lebih dari USD 30 juta berdasarkan keuntungan yang diperoleh tergugat dari penjualan sepatu yang menggunakan merek yang menyerupai merek Adidas, dengan mempertimbangkannya luasnya skala pelanggaran dan tingginya tingkat willfulness yang terbukti.⁴⁴

Restatement (Third) of Unfair Competition, yang menjadi referensi penting dalam perkara kekayaan intelektual di Amerika Serikat, menggariskan bahwa dalam menentukan *disgorgement of profits*, pengadilan harus mempertimbangkan: (i) apakah terdapat hubungan kausalitas yang cukup antara pelanggaran dan keuntungan yang diperoleh, (ii) apakah tersedia alokasi yang adil dan wajar antara keuntungan yang bersumber dari pelanggaran dan keuntungan yang bersumber dari pelanggaran dan keuntungan yang bersumber dari faktor-faktor lain; dan (iii) apakah *disgorgement of profits* tidak akan memberikan penggugat *windfall* yang secara ekuitas tidak dapat dibenarkan.⁴⁵

2.4. Daya Pembeda Merek terhadap Perlindungan Dilusi

Kerangka klasifikasi daya pembeda merek yang paling berpengaruh dalam hukum merek Anglo-Amerika adalah doktrin yang dirumuskan oleh Hakim Henry J Friendly dalam putusan *Abercrombie & Fitch Co v. Hunting World Inc* (1976) di Second Circuit Court of Appeals.⁴⁶ Dalam putusan tersebut, Hakim Friendly mengembangkan spektrum kontinum yang membagi merek ke dalam lima kategori berdasarkan tingkat daya pembeda yang dimilikinya, mulai dari yang paling kuat hingga yang sama sekali tidak dapat dilindungi.⁴⁷ Hierarki ini telah menjadi doktrin baku dalam hukum merek Amerika Serikat dan memiliki pengaruh signifikan terhadap

⁴³ 15 USC § 1117(a).

⁴⁴ *Adidas America Inc v Payless ShoeSource Inc*, 529 F Supp 2d 1215, 1264 (D Or 2007).

⁴⁵ *Restatement (Third) of Unfair Competition* § 37, comment b (American Law Institute 1995).

⁴⁶ *Abercrombie & Fitch Co v Hunting World Inc*, 537 F 2d 4, 9 (2d Cir 1976) (Friendly J).

Klasifikasi ini kemudian dikodifikasikan secara tidak langsung melalui perkembangan yurisprudensi Lanham Act dan menjadi doktrin baku dalam hukum merek Amerika Serikat.

⁴⁷ Yuliana Utama, Rika Ratna Pertama, dan Ranti Fauza Mayana, 'Perlindungan Merek Berbasis Tingkat Daya Pembeda Ditinjau Dari Doktrin Dilusi Merek Di Indonesia,' (2021) 5 *Acta Diurnal* [142].

perkembangan hukum merek di berbagai yurisdiksi lain, termasuk dalam pembentukan standar perlindungan dilusi merek.⁴⁸

Kategori	Deskripsi	Contoh	Status Perlindungan
<i>Fanciful</i>	Kata ciptaan baru yang tidak memiliki makna dalam bahasa apapun sebelum digunakan sebagai merek	<i>Kodak, Xerox, Häagen-Dazs</i>	Perlindungan penuh & terkuat; kandidat utama merek terkenal
<i>Arbitrary</i>	Kata yang ada dalam kosakata umum namun tidak memiliki hubungan semantis apapun dengan produk/jasa yang ditandainya	<i>Apple (komputer), Amazon (ritel), Shell (BBM)</i>	Perlindungan penuh; daya pembeda inheren sangat tinggi
<i>Suggestive</i>	Mengisyaratkan kualitas produk secara tidak langsung; memerlukan imajinasi konsumen untuk mengaitkannya dengan produk	<i>Netflix, Coppertone, Jaguar (kendaraan)</i>	Perlindungan penuh tanpa perlu secondary meaning
<i>Descriptive</i>	Mendeskripsikan secara langsung fitur, kualitas, atau karakteristik produk/jasa	<i>Vision Center (optik), After Tan (losion)</i>	Hanya dilindungi jika telah memperoleh secondary meaning melalui penggunaan berkelanjutan

⁴⁸ McCarthy (n 28) § 11:2. Lihat juga: *Qualitex Co v Jacobson Products Co Inc*, 514 US 159, 162–163 (1995).

Generic	Nama umum dari suatu jenis produk atau jasa; tidak dapat dimonopoli oleh satu pihak	<i>Escalator, Aspirin, Thermos</i>	Tidak dapat dilindungi sama sekali sebagai merek
----------------	---	------------------------------------	--

Tabel 1: Spektrum Daya Pembeda Merek berdasarkan Doktrin Abercrombie & Fitch (1976)

Posisi merek dalam spektrum Abercrombie secara langsung mempengaruhi analisis *apportionment* dalam penghitungan keuntungan yang harus diserahkan oleh pelanggar. Untuk merek *fanciful* dan *arbitrary*, proporsi keuntungan yang dapat diatribusikan kepada eksploitasi ekuitas merek secara eksklusif adalah paling tinggi, sehingga *apportionment* yang dibutuhkan paling minimal. Sebaliknya, untuk merek *descriptive* yang telah memperoleh *secondary meaning*, *apportionment* yang lebih substansial diperlukan karena sebagian dari nilai merek tersebut berasal dari makna deskriptif generik yang merupakan kekayaan bersama, bukan eksklusif milik pemilik merek.⁴⁹

2.5. Mekanisme Penerapan Pendekatan *Disgorgement of Profits* pada Kasus Dilusi Merek

Dalam halnya kerugian materiil berupa keuntungan finansial yang didapatkan oleh pelaku usaha pemilik merek, dapat diterapkan mekanisme *disgorgement of profits*. Konsep tersebut berbeda dengan sistem ganti rugi biasa pada umumnya yang hanya bertujuan untuk mengkompensasi kerugian yang dialami oleh pihak korban. *Disgorgement of profits* berfokus pada penghilangan keuntungan yang diperoleh secara tidak sah oleh pelaku, mencegah pelaku memperoleh manfaat materiil dari pelanggaran hukum yang dilakukannya, dan memberikan efek jera agar kejadian tersebut tidak terulang kembali di masa depan. Awalnya, konsep ini berkembang dalam sistem hukum Common Law dan digunakan dalam bidang-bidang seperti Hukum Persaingan Usaha (HPU), hukum perusahaan, hukum pasar modal, serta hukum kekayaan intelektual. Dalam ranah-ranah tersebut, *disgorgement of profits* merupakan

⁴⁹ Barton Beebe, 'An Empirical Study of the Multifactor Tests for Trademark Infringement' (2006) 94 California Law Review [1581].

instrumen hukum penting untuk memastikan pelaku pelanggaran tidak memperoleh keuntungan ekonomi dari tindakan yang melanggar ketentuan hukum yang berlaku.

Di Indonesia, konsep remediasi tersebut hanya disebutkan secara eksplisit dalam peraturan perundang-undangan terkait hukum pasar modal. Hukum pasar modal menggunakan pendekatan *disgorgement (of profits)* atau disebut juga sebagai Pengembalian Keuntungan Tidak Sah yang dilaksanakan oleh Otoritas Jasa Keuangan (**OJK**), sebagaimana diatur dalam Rancangan Peraturan OJK (**RPOJK**) tentang tentang *Disgorgement* dan *Disgorgement Fund* di Bidang Pasar Modal yang kini telah disahkan menjadi POJK 65/2020.⁵⁰ Dalam ranah tersebut, *disgorgement* dikenakan bersamaan dengan sanksi administratif dan dicantumkan paling sedikit mengenai peraturan yang dilanggar, waktu terjadinya pelanggaran, ringkasan, dan jumlah Pengembalian Keuntungan Tidak Sah.⁵¹ Di berbagai produk hukum di luar dari pasar modal, substansi utama *disgorgement of profits* hanya diatur secara implisit sebagai ganti rugi pada umumnya, salah satunya adalah UU MIG.

Terdapat beberapa langkah untuk mengimplementasi pendekatan *disgorgement of profits* pada kasus-kasus dilusi merek di Indonesia. **Pertama**, membuat pengaturan beban pembuktian yang proporsional. Pemilik merek sebagai penggugat harus menggunakan prinsip pembuktian seperti dalam hukum acara perdata yang tercermin dalam Pasal 1865 KUHPerdata untuk hendak digunakan dalam penghitungan jumlah kerugian yang harus diganti oleh *free-rider* sebagai tergugat. Ketentuan acara khusus yang mengatur distribusi beban pembuktian dalam perkara *disgorgement of profits* perlu dirumuskan sesuai dengan penghitungan yang digunakan oleh Amerika Serikat, di mana pemilik merek cukup membuktikan pendapatan *bruto* tergugat yang dapat dikaitkan dengan penggunaan merek yang melanggar, sementara tergugat bertanggung jawab untuk membuktikan biaya-biaya yang dapat dikurangkan, dalam mekanisme penghitungan kerugian juga perlu dirumuskan mekanisme apportionment keuntungan termasuk pengakuan terhadap peran ahli keuangan forensik dalam proses pembuktian nilai

⁵⁰ Zulfa Majida Rifanda, 'Disgorgement Sebagai Upaya Perlindungan Hukum Bagi Investor Pasar Modal Di Indonesia,' (2020) Skripsi Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia [Hlm].

⁵¹ Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 65/POJK.04/2020 tentang Pengembalian Keuntungan Tidak Sah dan Dana Kompensasi Kerugian Investor di Bidang Pasar Modal, Pasal 3.

keuntungan yang bersumber dari pelanggaran merek.⁵² Pemilik merek sebagai penggugat harus menggunakan prinsip pembuktian seperti dalam hukum acara perdata yang tercermin dalam Pasal 1865 KUHPerdata untuk hendak digunakan dalam penghitungan jumlah kerugian yang harus diganti oleh free-rider sebagai tergugat.

Kedua, menggunakan prinsip PMH sesuai dengan spektrum daya pembeda merek yang dibagi menjadi lima kategori seperti klasifikasi Abercrombie. Fenomena dilusi merek tercermin dalam Pasal 1365 KUHPerdata yang menyatakan bahwa setiap PMH yang menimbulkan kerugian bagi orang lain wajib mengganti kerugian tersebut. *Blurring* dan/atau *tarnishment* yang dihasilkan dari dilusi merek dapat dianggap sebagai PMH yang menimbulkan kerugian finansial. UU MIG sendiri tidak secara eksplisit mengadopsi klasifikasi Abercrombie, namun konsep daya pembeda merek diakui secara implisit dalam ketentuan mengenai syarat pendaftaran merek dan perlindungan merek terkenal. Adopsi kerangka kategorisasi yang lebih sistematis dalam hukum merek Indonesia akan memberikan panduan yang lebih jelas bagi pengadilan dalam menentukan besaran *disgorgement of profits* yang proporsional dengan tingkat daya pembeda dan nilai ekuitas dari merek yang dilanggar.

III. PENUTUP

3.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan beberapa poin utama sebagai berikut:

1. *Status quo* perlindungan merek di Indonesia masih menghadapi tantangan serius, terutama terkait kekosongan pengaturan eksplisit mengenai “dilusi merek” dalam UU MIG. Hal ini menyebabkan ketiadaan dasar hukum yang kuat bagi pemilik merek terkenal untuk menggugat tindakan *blurring* atau *tarnishment* yang merusak reputasi mereka. Selain itu, mekanisme ganti rugi saat ini yang hanya berfokus pada kerugian materiil nyata dianggap kurang efektif dalam memberikan efek jera dan sulit diterapkan pada kerugian dilusi yang bersifat akumulatif serta sulit diukur secara pasti.

⁵² Tomi Suryo Utomo, Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di Era Global: Sebuah Kajian Kontemporer (Graha Ilmu 2010).[224].

2. Pendekatan *disgorgement of profits* merupakan instrumen remediasi yang efektif untuk mengatasi fenomena *free-riding* dan *unjust enrichment* dalam sengketa dilusi merek. Berbeda dengan ganti rugi kompensatoris yang mengharuskan pembuktian kausalitas kerugian yang rumit, *disgorgement* diterapkan pada perampasan keuntungan tidak sah yang diperoleh pelanggar, sehingga lebih terukur secara finansial melalui audit.
3. Amerika Serikat memberikan referensi mekanisme yang komprehensif melalui Pasal 35(a) Lanham Act, yang menggunakan prinsip pembagian beban pembuktian asimetris serta metode *apportionment*. Penentuan jumlah keuntungan yang harus diserahkan juga dipengaruhi oleh posisi merek dalam spektrum daya pembeda Abercrombie, dimana merek yang bersifat fanciful dan arbitrary berhak atas atribusi keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan merek *descriptive*.

3.2. Saran

Sebagai upaya dalam memperkuat perlindungan hukum bagi pemilik merek terkenal di Indonesia, penulis menyarankan hal-hal berikut:

1. Melakukan pembaruan regulasi pada UU MIG dengan memasukkan terminologi “dilusi merek” secara eksplisit serta mengadopsi mekanisme *disgorgement of profits* sebagai sanksi tambahan diluar ganti rugi umum. Hal ini penting untuk menarik Indonesia keluar dari daftar PWL USTR dengan menunjukkan penegakkan hukum yang kuat.
2. Mengadopsi kerangka kategorisasi daya pembeda merek yang sistematis, seperti doktrin Abercrombie ke dalam praktik peradilan di Indonesia. Langkah ini akan memberikan panduan objektif bagi hakim dalam menentukan besaran *disgorgement of profits* yang proporsional dengan nilai ekuitas merek yang dilanggar.
3. Merumuskan ketentuan hukum acara khusus terkait distribusi beban pembuktian dalam perkara *disgorgement of profits*. Penggugat cukup diwajibkan membuktikan pendapatan *bruto* tergugat yang relevan, sementara tergugat memegang beban untuk membuktikan biaya-biaya yang dapat dikurangkan.

DAFTAR PUSTAKA

Peraturan Perundang-Undangan

Lanham (Trademark) Act 1946, 15 USC § 1117(a) (2006).

Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 65/POJK.04/2020 tentang Pengembalian Keuntungan Tidak Sah dan Dana Kompensasi Kerugian Investor di Bidang Pasar Modal.

The Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights 1995.

The Paris Convention for the Protection of Industrial Property 1883.

Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek.

Putusan Pengadilan

Abercrombie & Fitch Co v Hunting World Inc, 537 F 2d 4, 9 (2d Cir 1976).

Adidas America Inc v Payless ShoeSource Inc, 529 F Supp 2d 1215, 1264 (D Or 2007).

Lindy Pen Co v Bic Pen Corp, 982 F 2d 1400, 1405 (9th Cir 1993).

Wella Corp v California Concept Corp, 558 F 2d 1019, 1022 (CCPA 1977).

Qualitex Co v Jacobson Products Co Inc.

Buku

Damian E, Hukum Hak Cipta (Alumni 2009).

Dobbs D. B., 'Law of Remedies: Damages, Equity, Restitution' (West Publisher Co 1993).

Margono S. dan Longginus Hadi, Pembaharuan Perlindungan Hukum Merek (CV Novindo Pustaka Mandiri 2002)

McCarthy J. T., McCarthy on Trademarks and Unfair Competition (Thomson Reuters 2022).

Utomo T. S., Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di Era Global: Sebuah Kajian Kontemporer (Graha Ilmu 2010).

Welkowitz D. S., Trademark Dilution: Federal, State, and International Law (BNA Books 2002).

Jurnal

Alfarizi M., 'Penerapan Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Merek Terkenal Konvensi Paris Ke Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis,' (2021) 3 Literacy: Jurnal Ilmiah Sosial 50.

Arif S. R. U., 'Pelindungan Hukum Merek Terkenal atas Tindakan Passing Off di Indonesia Berdasarkan Doktrin Likelihood of Confusion,' (2025) 5 Khatulistiwa: Jurnal Pendidikan dan Sosial Humaniora 747.

- Beebe B., 'An Empirical Study of the Multifactor Tests for Trademark Infringement' (2006) 94 California Law Review 1581.
- Bello K., Orkida Ilollari, dan Sokol Ndoka, 'Trademark, The Marketing Name of The Business,' (2020) 2 Economicus 49.
- Easterbrook, F. H. dan Daniel R Fischel, 'Optimal Damages in Securities Cases,' (1985) 52 University of Chicago Law Review 611.
- Fitria S. U., 'Perlindungan Hukum Merek Terkenal Terhadap Dilusi Merek Pada Platform E-Commerce,' (2024) 10 Law Research Review Quarterly 909.
- Permata R. R., et al., 'Tinjauan Kasus Tentang Dilusi Merek Di Indonesia Dan Thailand,' (2019) 26 Jurnal Hukum Ius Quia Iustum 1.
- Puspita Y. B. et al., 'Ganti Rugi Atas Penggunaan Merek Yang Memiliki Persamaan Pada Pokoknya,' (2023) 3 Locus Jurnal Konsep Ilmu Hukum 134.
- Rezsa A. dan Arman Nefi, 'Penerapan Disgorgement Fund Sebagai Upaya Memberikan Perlindungan Bagi Investor Di Pasar Modal Indonesia,' (2022) 6 Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan 10404.
- Roisah, K. dan Joko Setiyono, 'Penerapan Trademark Dilution Pada Penegakan Perlindungan Hukum Hak Merek Terkenal di Indonesia,' (2019) 15 Law Reform 303.
- Saputra Y. dan Yati Nurhayati, 'Analisis Perlindungan Terhadap Merek Non-Tradisional Ditinjau Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Nomor 2016,' (2019) XI Al'Adl 207.
- Schechter F.I., 'The Rational Basis of Trademark Protection' (1927) 40 Harvard Law Review 813.
- Slamet S. R., 'Tuntutan Ganti Rugi Dalam Perbuatan Melawan Hukum: Suatu Perbandingan Dengan Wanprestasi,' (2013) 10 Lex Jurnalica 107.
- Swann J. B., 'An Interdisciplinary Approach to Brand Strength' (2006) 96 Trademark Reporter 943.
- Utama A. M. dan Devica Rully Masrur, 'Perlindungan Merek Terkenal Yang Telahdi Daftarkan Indonesia Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis,' (2020) 1 Journal Civitas Academica Law 7.
- Utama Y., Rika Ratna Pertama, dan Ranti Fauza Mayana, 'Pelindungan Merek Berbasis Tingkat Daya Pembeda Ditinjau Dari Doktrin Dilusi Merek Di Indonesia,' (2021) 5 Acta Diurnal 139.
- Yang Z., 'Research on the History of Trademark Law Change and Trademark Attachment,' (2025) Proceedings of the 4th International Conference on Business and Policy Studies 128.

Yurni C. A., 'Dampak Perdagangan Internasional Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia 2010 - 2021,' (2025) 1 Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi 485.

Tugas Akhir

Rifanda, Z. M., 'Disgorgement Sebagai Upaya Perlindungan Hukum Bagi Investor Pasar Modal Di Indonesia,' (2020) Skripsi Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia.

Internet

Passar, Y. R. G., 'UMKM dan Pelanggaran Hak atas Merek Dagang,' Kompas, 2024)
<<https://www.kompas.id/artikel/umkm-dan-pelanggaran-hak-atas-merek-dagang>> accessed 6 Maret 2026.

Analisis Yuridis *Data Scraping* sebagai Objek Hak Cipta dalam Perkembangan AI terhadap Persaingan Usaha

Faiza Aisyah Kamila
Universitas Udayana

Abstrak

Data scraping sebagai elemen pengembangan Artificial Intelligence (AI) dapat bersumber dari karya cipta yang dilindungi, sehingga memerlukan analisis statusnya sebagai objek hak cipta berdasarkan Pasal 1 ayat 3 UU No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Pengumpulan data training melalui scraping berpotensi mengubah struktur kepemilikan data menjadi aset eksklusif, yang berdampak pada dominasi pasar AI dan persaingan usaha sesuai UU No. 5 Tahun 1999 tentang Persaingan Usaha. Legalitas data training ini belum diatur secara eksplisit dalam Kekayaan Intelektual Indonesia, dengan adanya Undang-Undang mengenai AI pada Uni Eropa seperti EU AI Act memberikan transparansi dataset dan lisensi wajib. Penelitian ini bertujuan menganalisis perlindungan yuridis data training sebagai objek hak cipta beserta implikasinya terhadap persaingan usaha melalui pendekatan kualitatif yuridis normatif dengan studi literatur, analisis undang-undang, dan perbandingan regulasi internasional. Hasil penelitian menunjukkan adanya ketidakharmonisan regulasi yang menyebabkan ketidakpastian hukum bagi pencipta dan pelaku usaha AI. Oleh karena itu, hasil penelitian ini memberikan rekomendasi penerbitan Pedoman Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) tentang penggunaan karya cipta dalam data training AI, deklarasi sumber data dan mekanisme remunerasi bagi pencipta, untuk menjamin kepastian hukum serta mendorong ekosistem AI.

Kata Kunci: Data Scraping; Artificial Intelligence; Hak Cipta; Persaingan Usaha.

Abstract

Data scraping as an element of Artificial Intelligence (AI) development originates from protected copyrighted works, thereby necessitating an analysis of its status as an object of copyright protection under Article 1 paragraph (3) of Law No. 28 of 2014 on Copyright. The collection of training data through scraping has the potential to transform data ownership into intellectual property, which may influence AI market dominance and business competition as regulated under Law No. 5 of 1999 on Business Competition. The legality of such training data has not been explicitly regulated within Indonesia's intellectual property rights regime, despite the existence of AI-related regulations in the European Union, such as the EU AI Act, which emphasizes dataset transparency and mandatory licensing requirements. This study aims to analyze the legal protection of training data as an object of copyright and its implications for business competition. This research employs a qualitative normative legal approach, utilizing literature review, statutory analysis, and comparative analysis of international regulations. The findings indicate regulatory disharmony resulting in legal uncertainty for creators and AI-based business actors. Therefore, this study recommends that the Directorate General of Intellectual Property (DJKI) publish guidelines concerning the use of copyrighted works in AI training data, data-source disclosure obligations, and remuneration mechanisms for creators to ensure legal certainty and promote a sustainable AI ecosystem.

Keywords: Data Scraping; Artificial Intelligence; Copyright; Business Competition.

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kecerdasan buatan atau *Artificial Intelligence* (AI) menciptakan transformasi struktural dalam bidang teknologi dan informasi dengan memanfaatkan kapasitas komputasi dan pengolahan data dalam skala besar. Dalam praktiknya, pengembangan AI melibatkan proses pengumpulan data secara otomatis (*data scraping*) melalui algoritma dan model pembelajaran mesin (*machine learning*), dengan menghimpun data berupa teks, gambar, video, suara, maupun program komputer.¹ Perkembangan tersebut menempatkan data sebagai fondasi utama dalam pembangunan sistem AI.² Untuk dapat mengenali pola dan menghasilkan output yang akurat, AI memerlukan dataset dalam jumlah besar sebagai data pelatihan (*data training*).³

Penguasaan data yang menjadi fondasi utama bagi pengembangan, *model training*, dan fungsi inti sistem AI, menimbulkan persepsi hukum yang ambigu terkait legitimasi pengumpulan dan penggunaan materi berhak cipta tanpa izin dari pencipta. Salah satunya, sengketa antara Getty Images dan Stability AI Ltd di hadapan Pengadilan Tinggi Inggris dan Wales mengemuka sebagai preseden komparatif yang masih dalam proses pemeriksaan, di mana penggunaan karya visual sebagai *training data* sistem AI didalilkan oleh pihak penggugat sebagai pelanggaran terhadap hak cipta.

Pada hukum wilayah yuridiksi Indonesia, kekayaan intelektual memerlukan penafsiran ulang terhadap rezim hak cipta. Pasal 1 angka (3) Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta mendefinisikan hak cipta sebagai hak eksklusif pencipta yang timbul secara otomatis setelah suatu ciptaan diwujudkan. Pasal ini menimbulkan pertanyaan bahwa apakah materi yang diambil melalui mekanisme pengumpulan otomatis dari internet tetap mempertahankan statusnya sebagai ciptaan ketika diproses menjadi *training data*. Jika pengambilan dan penggandaan tersebut memenuhi unsur reproduksi, maka potensi pelanggaran hak ekonomi sebagaimana diatur dalam Pasal 9 yang menegaskan bahwa pencipta atau pemegang hak cipta memiliki hak ekonomi eksklusif untuk melakukan atau memberikan izin atas penggunaan

¹ Ian Goodfellow, Yoshua Bengio dan Aaron Courville, *Deep Learning* (MIT Press 2016).[3].

² OECD, *Data-Driven Innovation* (OECD Publishing 2015).[15].

³ Stuart Russell dan Peter Norvig, *Artificial Intelligence: A Modern Approach* (Pearson 2021).[27].

ciptaannya.⁴ Hak ekonomi tersebut antara lain meliputi, hak penerbitan, penggandaan dalam segala bentuk, penerjemahan, pengadaptasian atau pentransformasian, pendistribusian, pertunjukan, pengumuman, komunikasi, dan penyewaan ciptaan tidak dapat diabaikan. Transformasi kumpulan karya menjadi aset data eksklusif berimplikasi pada struktur pasar. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, khususnya Pasal 17 hingga Pasal 25, melarang praktik monopoli dan penyalahgunaan posisi dominan. Penguasaan dataset dalam skala besar dapat menciptakan hambatan masuk (*barrier to entry*) bagi pelaku usaha lain dan mengkonsentrasikan kekuatan pasar pada segelintir entitas teknologi.⁵ Hal ini menyentuh perlindungan hak moral dan ekonomi pencipta serta relevan pada prinsip persaingan usaha.

Indonesia belum mendapati ketentuan dalam Undang-Undang Hak Cipta yang secara khusus mengatur penggunaan karya untuk *AI training system*. Uni Eropa melalui EU AI Act yang dalam beberapa ketentuannya, misalnya kewajiban transparansi *generatif model* mensyaratkan pengungkapan sumber data, Indonesia masih bertumpu pada norma umum reproduksi dan pengumuman. Kerangka hukum nasional belum membuat suatu Undang-Undang khusus yang mengatur penggunaan karya cipta untuk *AI training*. Sehingga menimbulkan ketidakselarasan antara agenda transformasi ekonomi digital dalam komitmen perlindungan kekayaan intelektual dalam Strategi Nasional Kekayaan Intelektual.

Penelitian ini bertujuan menganalisis status yuridis *data scraping* sebagai objek hak cipta serta implikasinya terhadap persaingan usaha. Pendekatan yang digunakan adalah yuridis normatif dengan menelaah peraturan perundang-undangan, literatur ilmiah, dan perbandingan regulasi internasional. Analisis difokuskan pada konstruksi hak eksklusif dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 dan relevansinya terhadap praktik pengumpulan data, serta pada potensi pelanggaran prinsip anti-monopoli dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Penelitian ini juga mengevaluasi kemungkinan pembentukan pedoman administratif oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual sebagai instrumen kebijakan, termasuk kewajiban deklarasi sumber data dan skema remunerasi yang proporsional

⁴ Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

⁵ OECD, *AI and Competition Policy* (OECD Publishing 2022).[22].

bagi pencipta.

Urgensi kajian ini terletak pada kebutuhan membangun ekosistem AI yang adil dan berkelanjutan. Tanpa kerangka normatif yang jelas, perkembangan teknologi berisiko mengorbankan kepastian hukum dan keadilan bagi para pemegang hak. Oleh karena itu, harmonisasi antara rezim hak cipta dan persaingan usaha menjadi prasyarat mendasar bagi tata kelola inovasi digital Indonesia.

1.2. Rumusan Masalah

- 1.2.1. Apakah penggunaan materi berhak cipta melalui mekanisme *data scraping* sebagai training data dalam sistem *Artificial Intelligence* dapat dikualifikasikan sebagai bentuk reproduksi ciptaan berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta?
- 1.2.2. Bagaimana status penguasaan *data scraping* terhadap praktik persaingan usaha berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat?

1.3. Dasar Hukum

- 1.3.1. Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
- 1.3.2. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta;
- 1.3.3. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat;

II. ANALISIS

2.1. Penggunaan Materi Berhak Cipta Melalui Mekanisme *Data Scraping* Sebagai *Training Data* Dalam Sistem *Artificial Intelligence* Dapat Dikualifikasikan Sebagai Bentuk Reproduksi Ciptaan Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta

Penggunaan materi berhak cipta melalui mekanisme *data scraping* sebagai *training data* dalam sistem *Artificial Intelligence* (AI) menimbulkan persoalan yuridis dalam hukum hak cipta, khususnya terkait dengan batasan pemanfaatan ciptaan dalam proses komputasional. Secara teknis, *data scraping* merupakan proses pengumpulan data secara otomatis dari berbagai sumber digital melalui perangkat lunak yang dirancang untuk mengekstraksi

informasi tertentu dari suatu situs atau basis data. Dalam konteks pengembangan AI, hasil ekstraksi tersebut selanjutnya digunakan sebagai *training data*, yakni kumpulan data yang berfungsi melatih model pembelajaran mesin untuk mengenali pola dan menghasilkan keluaran tertentu. Praktik ini berpotensi bersinggungan dengan ketentuan Pasal 1 angka (3) dan Pasal 9 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta yang mengatur mengenai hak eksklusif pencipta atas ciptaannya⁶, khususnya dalam hal reproduksi karya dan pemanfaatan secara komersial.

Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Hak Cipta: “*Ciptaan adalah setiap hasil karya cipta di bidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra yang dihasilkan atas inspirasi, kemampuan, pikiran, imajinasi, kecekatan, keterampilan, atau keahlian yang diekspresikan dalam bentuk nyata.*”⁷

Rumusan pada pasal ini menegaskan dua unsur, yakni orisinalitas (*originality*) dan perwujudan dalam bentuk yang dapat ditangkap secara inderawi (*fixation*). Materi yang tersedia di internet, seperti teks, gambar, atau karya audiovisual, pada dasarnya telah memenuhi kedua unsur tersebut karena merupakan hasil ekspresi kreatif yang diwujudkan dalam medium digital. Pengambilan materi tersebut melalui mekanisme otomatis tidak serta merta menghilangkan statusnya sebagai ciptaan yang dilindungi hukum. Proses *scraping* hanya memindahkan bentuk representasi digital dari suatu karya tanpa mengubah sifat kreatifitas yang melekat pada karya tersebut. Materi yang diperoleh melalui proses tersebut tetap dapat dikualifikasikan sebagai objek perlindungan hak cipta selama memenuhi standar orisinalitas yang disyaratkan oleh undang-undang.⁸

Dalam konteks ekosistem digital, materi yang tersedia di internet seperti teks, gambar, rekaman suara, maupun karya audiovisual pada prinsipnya telah memenuhi kedua unsur tersebut. Karya-karya tersebut merupakan hasil ekspresi kreatif yang diwujudkan dalam medium digital, baik dalam bentuk file elektronik, kode program, maupun representasi visual dan audio yang dapat diakses melalui jaringan internet. Dengan demikian, keberadaan karya dalam bentuk digital tidak mengurangi statusnya sebagai ciptaan sebagaimana

⁶ Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 266.

⁷ *Ibid.*, Pasal 1 angka (3).

⁸ World Intellectual Property Organization (WIPO), *Revised Issues Paper on Intellectual Property Policy and Artificial Intelligence*, WIPO/IP/AI/2/GE/20/1 Rev (2020): 5.

dimaksud dalam Pasal 1 angka (3) Undang-Undang Hak Cipta, sepanjang karya tersebut merupakan hasil kemampuan, pikiran, imajinasi, atau keahlian penciptanya yang diwujudkan dalam bentuk nyata.

Pengambilan materi tersebut melalui mekanisme otomatis seperti *data scraping* tidak serta-merta menghilangkan karakteristiknya sebagai ciptaan yang dilindungi hukum. Proses *scraping* pada hakikatnya hanya melakukan ekstraksi atau pemindahan representasi digital dari suatu karya dari satu lokasi penyimpanan ke lokasi lain, tanpa mengubah substansi ekspresi kreatif yang melekat pada karya tersebut. Dengan kata lain, tindakan tersebut tidak menciptakan karya baru, melainkan mereplikasi atau menyalin bentuk eksisting dari ciptaan yang telah ada sebelumnya. Oleh karena itu, meskipun dilakukan oleh sistem otomatis berbasis algoritma atau *machine learning*, materi yang diperoleh melalui proses tersebut tetap mempertahankan sifat orisinalitas dan perwujudannya sebagai ekspresi kreatif.

Permasalahan selanjutnya terletak pada apakah penggunaan materi tersebut sebagai *training data* dapat dikategorikan sebagai bentuk atas reproduksi ciptaan. Pasal 9 ayat (1) huruf a Undang-Undang Hak Cipta: “(1) Pencipta atau Pemegang Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 memiliki hak ekonomi untuk melakukan: a. penerbitan Ciptaan;”⁹

Memberikan hak ekonomi eksklusif kepada pencipta untuk melakukan penggandaan ciptaannya dalam segala bentuk.⁴ Frasa “dalam segala bentuk” membuka ruang interpretasi luas yang mencakup reproduksi digital, baik permanen maupun sementara. Dalam proses *AI training*, sistem perlu membuat salinan digital dari data yang dikumpulkan untuk dianalisis secara komputasional. Salinan tersebut dapat berupa penyimpanan dalam memori sementara (*temporary storage*) maupun basis data permanen yang digunakan untuk *training model*. Secara teknis, tindakan ini memenuhi unsur penggandaan karena melibatkan proses penyalinan karya ke dalam sistem baru. Oleh karena itu, penggunaan materi berhak cipta sebagai *training data* merupakan bentuk reproduksi yang berada dalam lingkup hak ekonomi pencipta.¹⁰

⁹ Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, Pasal 9 ayat (1) huruf a.

¹⁰ OECD, *OECD Artificial Intelligence Papers: Intellectual Property Issues in Artificial Intelligence Training Data*, OECD Publishing (2022): 12.

Menelaah pada pandangan kontra, yang berpendapat bahwa penggunaan tersebut bersifat transformatif karena tidak bertujuan menampilkan ulang karya asli, melainkan untuk menghasilkan model statistik yang berbeda secara fungsional. Pendekatan ini banyak digunakan dalam yurisdiksi Amerika Serikat melalui doktrin *fair use*, yang mengizinkan penggunaan karya tanpa izin sepanjang memenuhi kriteria tertentu. Namun, pendekatan tersebut tidak secara eksplisit diadopsi dalam hukum hak cipta Indonesia. Sengketa antara Getty Images dan Stability AI Ltd di Pengadilan Tinggi Inggris dan Wales memperlihatkan kompleksitas persoalan ini, di mana penggunaan jutaan gambar sebagai *training data* didalilkan sebagai pelanggaran hak cipta karena melibatkan reproduksi massal tanpa izin. Kasus tersebut menunjukkan bahwa meskipun hasil akhir berupa model AI tidak menampilkan karya asli, proses pelatihannya tetap melibatkan tindakan penggandaan yang relevan secara hukum.¹¹

Ketidakjelasan norma dalam hukum nasional semakin tampak apabila dibandingkan dengan perkembangan regulasi internasional. Uni Eropa melalui *EU AI Act* mengatur kewajiban transparansi dataset dalam pengembangan model generatif, termasuk pengungkapan sumber data yang digunakan.¹² Jepang melalui *Copyright Act* memperkenankan penggunaan ciptaan untuk analisis data sepanjang tidak ditujukan untuk menikmati ekspresi kreatif karya tersebut. Ketentuan ini juga mengenal mekanisme *opt-out*, di mana pemegang hak cipta dapat menyatakan penolakan atas penggunaan karyanya untuk *AI training*. Mekanisme *opt-out* tersebut dalam praktiknya dapat diwujudkan melalui beberapa cara teknis, antara lain dengan pemasangan metadata “*Do Not Train*” pada situs web, pemberian larangan eksplisit dalam basis data digital, maupun pencantuman ketentuan dalam *Terms of Service* yang secara tegas melarang aktivitas scraping atau penggunaan data untuk *AI training system*. Apabila pengembang tetap melakukan scraping terhadap materi yang telah menyatakan penolakan tersebut, tindakan tersebut berpotensi melanggar hak ekonomi pencipta karena dilakukan tanpa persetujuan.¹³

Indonesia hingga saat ini belum memiliki ketentuan serupa, sehingga penggunaan materi berhak cipta dalam *AI training* masih

¹¹ *Getty Images (US) Inc. v. Stability AI Ltd.*, [2023] EWHC 3090 (Ch).

¹² European Parliament and Council, *Regulation (EU) 2024/1689 Laying Down Harmonised Rules on Artificial Intelligence (Artificial Intelligence Act)*, Article 53.

¹³ Japan Copyright Act 1970 (Act No. 48), as amended by Act No. 30 of 2018, Article 30-4.

bergantung pada interpretasi umum mengenai hak reproduksi. Kondisi ini menimbulkan kesenjangan antara agenda transformasi ekonomi digital dan perlindungan kekayaan intelektual sebagaimana tercermin dalam Strategi Nasional Kekayaan Intelektual.

Berdasarkan uraian tersebut, penggunaan materi berhak cipta melalui mekanisme *data scraping* sebagai *training data* dalam sistem AI pada prinsipnya dapat dikualifikasikan sebagai bentuk reproduksi ciptaan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 Undang-Undang Hak Cipta. Hal ini disebabkan oleh adanya proses penggandaan digital yang diperlukan dalam tahap *training model*. Meskipun terdapat argumentasi mengenai sifat transformatif penggunaan tersebut, hukum positif Indonesia belum menyediakan pengecualian eksplisit yang dapat membenarkannya. Oleh karena itu, diperlukan pedoman administratif dari Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual yang mengatur penggunaan karya dalam *training data* AI, termasuk kewajiban deklarasi sumber data dan mekanisme remunerasi bagi pencipta, guna menjamin kepastian hukum serta mendorong inovasi teknologi yang berkeadilan.

2.2. Status Penguasaan *Data Scraping* Terhadap Praktik Persaingan Usaha Berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

Hukum persaingan usaha di Indonesia melalui Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999¹⁴ pada dasarnya dirancang untuk mengantisipasi penguasaan pasar berbasis aset konvensional seperti infrastruktur fisik, jaringan distribusi, maupun kepemilikan modal. Namun demikian, dalam ekonomi digital berbasis *machine learning*, penguasaan pasar kini bertransformasi melalui kontrol terhadap dataset berskala masif yang diperoleh melalui mekanisme *data scraping*.¹⁵ Tesis tulisan ini menempatkan bahwa penguasaan dataset hasil *scraping* berstatus berisiko monopoli melalui konstruksi Pasal 17 hingga Pasal 25 UU No. 5 Tahun 1999, terutama ketika *data training* berfungsi sebagai *essential facility* dalam pengembangan sistem AI¹⁶. Oleh karena itu, dominasi pasar dalam sektor AI

¹⁴ Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

¹⁵ Rezon Lubis, 'Studi Komparasi Hak Cipta Atas Proses Data Scrapping AI Generatif' (Anthology Jurnal Hukum UPH 2025).

¹⁶ Stuart Russell dan Peter Norvig, *Artificial Intelligence: A Modern Approach*, 4th ed. (Harlow: Pearson, 2021), 27.

ditentukan oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengakumulasi dan mengontrol akses terhadap data sebagai input utama produksi algoritma.

Pasal 17 UU No. 5 Tahun 1999 melarang pelaku usaha melakukan penguasaan produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa yang dapat mengakibatkan praktik monopoli atau persaingan usaha tidak sehat.¹⁷ Dalam perspektif ekonomi digital, penguasaan dataset melalui *scraping* dapat dikualifikasikan sebagai bentuk integrasi vertikal baru, di mana pelaku usaha mengontrol hulu (data mentah) hingga hilir (*Commercial AI Model*). Selanjutnya, Pasal 19 mengatur larangan terhadap penyalahgunaan posisi dominan, termasuk tindakan menolak atau menghalangi pelaku usaha tertentu untuk melakukan kegiatan usaha pada pasar bersangkutan (*refusal to deal*). Praktik eksklusivitas dataset berpotensi menciptakan *tied-selling data* yang secara de facto membatasi interoperabilitas pelaku usaha baru.

Pasal 25 UU No. 5 Tahun 1999 juga mengatur larangan penyalahgunaan posisi dominan melalui penguasaan pangsa pasar lebih dari 50% oleh satu pelaku usaha atau dua hingga tiga pelaku usaha. Analogi dapat ditarik dari Putusan KPPU Nomor 4/KPPU-I/2019¹⁸ terkait dominasi platform transportasi daring, di mana penguasaan aset digital menciptakan hambatan masuk (*barrier to entry*) bagi pesaing baru. Dataset berfungsi sebagai komponen yang membatasi potensi dari komponen lain yang memperkuat posisi dominan pelaku usaha yang telah memiliki akses awal terhadap sumber data publik.

Transformasi materi ciptaan menjadi dataset *training* menjadikan data sebagai aset eksklusif yang memiliki nilai ekonomi tinggi. Proses ini secara normatif berkaitan dengan Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta yang mengakui ciptaan sebagai hasil karya yang memiliki bentuk nyata. Ketika karya tersebut dikompilasi secara sistematis melalui *data scraping*, maka terjadi pembentukan *data moat* yang menyulitkan pelaku usaha kecil dan menengah untuk mengembangkan model kompetitif.¹⁹ Namun demikian, terdapat penggunaan dataset dalam

¹⁷ Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Pasal 19.

¹⁸ Komisi Pengawas Persaingan Usaha, Putusan Nomor 4/KPPU-I/2019 tentang Penyalahgunaan Posisi Dominan Platform Transportasi Online

¹⁹ Sri Winarsi, 'Pengelolaan Tanah Kas Desa di Era Otonomi Daerah' (2005) 20 Yuridika.[418].

AI training bersifat transformatif dan tidak secara langsung menggantikan pasar karya asli. Sejalan dengan doktrin *fair competition* dalam hukum persaingan, *scraping* memenuhi unsur Pasal 19 ayat (2) huruf e UU No. 5 Tahun 1999²⁰ sebagai bentuk tindakan lain yang menghambat pelaku usaha untuk bersaing di pasar bersangkutan. Hal ini disebabkan oleh penguasaan dataset yang menciptakan asimetri informasi struktural serta meningkatkan biaya masuk pasar bagi pesaing baru.

Orisinalitas (*originality*) dan perwujudan dalam bentuk nyata yang dapat ditangkap secara inderawi (*fixation*).²¹ Dalam lingkungan digital, karya yang tersedia di internet seperti teks, gambar, ilustrasi visual, maupun karya audiovisual pada dasarnya telah memenuhi kedua unsur tersebut karena merupakan hasil ekspresi kreatif yang diwujudkan dalam medium digital tertentu. Media digital sebagai bentuk penyimpanan elektronik tidak menghilangkan sifat material dari suatu ciptaan, melainkan justru memperluas bentuk perwujudannya dalam format yang dapat diakses melalui sistem elektronik. Oleh karena itu, keberadaan suatu karya dalam bentuk file digital tetap dapat dipandang sebagai bentuk perwujudan nyata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1 angka (3) Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

Praktik pengumpulan data secara sistematis dalam skala industri berpotensi menimbulkan efek penguncian (*lock-in effect*) yang memperkuat dominasi pelaku usaha besar melalui keunggulan komparatif berbasis data. Penguasaan dataset hasil *scraping* dapat dikonstruksikan sebagai bentuk penyalahgunaan posisi dominan yang tidak eksplisit diatur,²² namun secara substansial memenuhi unsur pembatasan pasar. Dominasi perusahaan AI global yang mengembangkan model berbasis lebih dari satu triliun token dataset menunjukkan bahwa kontrol terhadap data merupakan faktor determinan dalam kompetisi pasar digital. Uni Eropa melalui Digital Markets Act mendorong mekanisme *data sharing* bagi perusahaan yang dikategorikan sebagai *gatekeeper*, sebagaimana diatur dalam Pasal 6 DMA.²³ Di Amerika Serikat, Federal Trade Commission

²⁰ Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Pasal 19 ayat (1).

²¹ Pamela Samuelson, "Copyright and Artificial Intelligence," *Journal of Intellectual Property Law* 28, no. 2 (2021): 245.

²² Yance Arizona, 'Konstitusi Dalam Intaian Neoliberalisme: Konstitusionalitas Penguasaan Negara Atas Sumber Daya Alam Dalam Putusan Mahkamah Konstitusi', Konferensi Nasional APHK Intrans 2016, 7.

²³ Regulation (EU) 2024/825 (*Digital Markets Act*), Pasal 6.

juga mulai mengkaji implikasi penguasaan dataset dalam perkara antitrust terhadap perusahaan teknologi besar.

Indonesia hingga saat ini belum memiliki instrumen *antitrust* spesifik yang mengatur dominasi berbasis data dalam sektor AI. Rancangan Peraturan Presiden tentang AI tahun 2026 juga belum mengintegrasikan dimensi persaingan usaha secara komprehensif.²⁴ Kekosongan norma ini berpotensi menciptakan ruang akumulasi kekuatan pasar yang tidak terawasi dalam industri AI domestik. Penguasaan dataset melalui mekanisme *data scraping* berstatus sebagai potensi pelanggaran terhadap UU No. 5 Tahun 1999 apabila menghasilkan posisi dominan yang menghambat kompetisi pasar. KPPU perlu mengembangkan pedoman antitrust berbasis AI guna mengantisipasi dominasi pasar digital melalui kontrol data. Rekomendasi kebijakan meliputi penerapan lisensi data wajib serta kewajiban pengungkapan sumber dataset untuk menjamin akses pasar yang adil bagi pelaku usaha baru.

III. PENUTUP

1. Dataset sebagai *Essential Facility* dalam Pasar Digital

Penguasaan dataset hasil *data scraping* dalam ekosistem *machine learning* berpotensi dikualifikasikan sebagai bentuk penguasaan fasilitas esensial (*essential facility*) yang menentukan akses terhadap pasar pengembangan teknologi kecerdasan buatan. Dalam konteks ini, data tidak lagi berfungsi sebagai sekadar input produksi, melainkan telah bertransformasi menjadi prasyarat utama dalam proses inovasi algoritmik. Ketika suatu pelaku usaha mengontrol akses terhadap kumpulan data dalam skala besar, maka pelaku usaha lain yang tidak memiliki akses serupa akan menghadapi hambatan struktural untuk mengembangkan model kompetitif. Kondisi tersebut secara tidak langsung menciptakan ketergantungan pasar terhadap pelaku usaha dominan, sehingga berpotensi menghambat dinamika kompetisi yang sehat sebagaimana dilarang dalam Pasal 19 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.²⁵

2. Efek Penguncian (*Lock-In Effect*) dan Hambatan Masuk Pasar

²⁴ Pemerintah Siapkan Perpres AI sebagai Payung Regulasi Nasional' (Harian Jogja, 14 Januari 2026).

²⁵ Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Akumulasi *dataset* melalui praktik scraping berskala industri berpotensi menciptakan efek penguncian (*lock-in effect*) yang memperkuat posisi dominan pelaku usaha besar. Efek ini muncul ketika pelaku usaha baru tidak mampu mereplikasi volume dan kualitas *dataset* yang dimiliki oleh pelaku usaha yang telah lebih dahulu melakukan pengumpulan data secara masif. Ketimpangan tersebut mengakibatkan peningkatan biaya masuk (*entry cost*) bagi pesaing baru, yang pada akhirnya mempersempit peluang inovasi dari pelaku usaha kecil dan menengah. Dalam perspektif hukum persaingan usaha, kondisi ini dapat ditafsirkan sebagai bentuk tindakan yang menghambat pelaku usaha lain untuk bersaing di pasar bersangkutan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 ayat (2) huruf e UU No. 5 Tahun 1999.²⁶

3. Kompilasi *Dataset* sebagai Aset Eksklusif Bernilai Ekonomi

Transformasi materi ciptaan menjadi *dataset training* melalui scraping menjadikan data sebagai aset eksklusif yang memiliki nilai ekonomi tinggi. Secara normatif, hal ini berkaitan dengan Pasal 1 angka (3) Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta yang mengakui ciptaan sebagai hasil karya yang memiliki bentuk nyata. Pengumpulan dan pengolahan ciptaan dalam bentuk *dataset* tidak menghilangkan karakter orisinalitas dari karya tersebut, melainkan menciptakan bentuk kompilasi baru yang tetap berada dalam lingkup perlindungan hukum. Oleh karena itu, penguasaan *dataset* dapat dipandang sebagai bentuk kontrol atas sumber daya ekonomi yang berpotensi menciptakan keunggulan komparatif berbasis data (*data moat*) bagi pelaku usaha tertentu.²⁷

4. Perbandingan Regulasi Internasional

Uni Eropa melalui *Digital Markets Act* telah mengakui dominasi berbasis data sebagai salah satu indikator posisi dominan dalam pasar digital, sehingga mendorong penerapan mekanisme *data sharing* bagi perusahaan yang dikategorikan sebagai *gatekeeper*. Di Amerika Serikat, otoritas seperti Federal Trade Commission mulai mengkaji implikasi penguasaan *dataset* dalam perkara antitrust terhadap perusahaan teknologi besar. Perkembangan ini menunjukkan bahwa kontrol terhadap data

²⁶ *Ibid.*

²⁷ Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

merupakan faktor determinan dalam struktur persaingan usaha di sektor AI, yang memerlukan pendekatan regulasi adaptif untuk mencegah terjadinya monopoli berbasis informasi.²⁸

5. Kekosongan Norma dalam Kerangka Hukum Nasional

Indonesia hingga saat ini belum memiliki instrumen antitrust spesifik yang mengatur dominasi pasar berbasis data dalam sektor kecerdasan buatan. Ketidadaan norma yang eksplisit berpotensi menciptakan ruang akumulasi kekuatan pasar yang tidak terawasi dalam industri AI domestik. Oleh karena itu, penguasaan *dataset* melalui mekanisme scraping dapat berstatus sebagai potensi pelanggaran terhadap UU No. 5 Tahun 1999 apabila menghasilkan posisi dominan yang menghambat kompetisi pasar. Pengembangan pedoman *antitrust* berbasis AI oleh KPPU menjadi langkah strategis guna mengantisipasi dominasi pasar digital melalui kontrol terhadap akses data sebagai input utama produksi algoritma.²⁹

²⁸ European Commission, *Digital Markets Act* (Regulation (EU) 2022/1925).

²⁹ OECD, *Competition in the Age of Artificial Intelligence* (2024).

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Goodfellow, Ian, Yoshua Bengio dan Aaron Courville, *Deep Learning* (MIT Press 2016) 3.
- Russell, Stuart, dan Peter Norvig. *Artificial Intelligence: A Modern Approach*. 4th ed. Harlow: Pearson, 2021.
- Samuelson, Pamela, *Copyright and Artificial Intelligence* (Journal of Intellectual Property Law 2021) 245.

Jurnal

- Lubis, Rezon, 'Studi Komparasi Hak Cipta Atas Proses Data Scrapping AI Generatif' (2025) *Anthology Jurnal Hukum UPH*. DOI: <https://ojs.uph.edu/index.php/Anthology>
- Winarsi, Sri, 'Pengelolaan Tanah Kas Desa di Era Otonomi Daerah' (2005) 20 *Yuridika*. DOI: <http://repository.unair.ac.id/id/eprint/115916>

Internet/Media Online

- Pemerintah Siapkan Perpres AI sebagai Payung Regulasi Nasional' (*Harian Jogja*, 14 Januari 2026) accessed 15 Februari 2026. <https://news.harianjogja.com/read/2026/01/14/500/1242531/pemerintah-siapkan-perpres-ai-sebagai-payung-regulasi-nasional>
- European Commission, *Digital Markets Act Regulation EU 2022/1925* accessed 15 Februari 2026. <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2022/1925/oj/eng>
- OECD, *AI and Competition Policy* (OECD Publishing 2022) accessed 20 Februari 2026. <https://www.oecd.org/en/topics/policy-issues/artificial-intelligence.html>
- OECD, *Data-Driven Innovation* (OECD Publishing) 15 accessed 15 Februari 2026. <https://share.google/Gtsr3zMXofSQLlo9v>
- OECD, *Competition in the Age of Artificial Intelligence* (OECD Publishing 2024) accessed 20 Februari 2026. https://www.oecd.org/en/publications/the-adoption-of-artificial-intelligence-in-firms_f9ef33c3-en.html
- WIPO, *Revised Issues Paper on Intellectual Property Policy and Artificial Intelligence* (WIPO/IP/AI/2 GE/20/Rev 2020) 5 accessed 20 Februari 2026. https://www.wipo.int/edocs/mdocs/mdocs/en/wipo_ip_ai_2_ge_20/wipo_ip_ai_2_ge_20_1_rev.pdf

Perundang-undangan

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 266.

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Regulation (EU) 2024/1689 *Laying Down Harmonised Rules on Artificial Intelligence (Artificial Intelligence Act)*, Article 53.

Regulation (EU) 2024/825 *Digital Markets Act*, Pasal 6.

Japan Copyright Act 1970 (Act No. 48), as amended by Act No. 30 of 2018, Article 30-4.

Sumber Lainnya

Komisi Pengawas Persaingan Usaha, *Putusan Nomor 4/KPPU-I/2019 tentang Penyalahgunaan Posisi Dominan Platform Transportasi Online*.

Getty Images (US) Inc v Stability AI Ltd EWHC 3090 (Ch).

Arizona, Yance, 'Konstitusi Dalam Intaian Neoliberalisme: Konstitusionalitas Penguasaan Negara Atas Sumber Daya Alam Dalam Putusan Mahkamah Konstitusi', Konferensi Nasional APHK Intrans 2016, 7.

ALFA



NATIONAL CHAPTER
INDONESIA



9 772656 542067

NATIONAL BOARD 2025-2026