



KEMENTERIAN HUKUM REPUBLIK INDONESIA
DIREKTORAT JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL

VOLUME 1 / 2025

MEDIA HKI

PEMANTIK INOVASI & KREASI



LIPUTAN KHUSUS

Refleksi Satu Dekade Jejak Kekayaan
Intelektual Indonesia

KINFOGRAFIK

Data Satu Dekade Kekayaan
Intelektual 2015- 2024

Hari Kekayaan Intelektual Sedunia 2025: 'Feel The Beat of IP'

Satu dekade terakhir, kekayaan intelektual Indonesia mencatat lonjakan signifikan dalam jumlah permohonan, penguatan ekosistem, dan kolaborasi lintas sektor. Namun, di balik capaian tersebut, masih tersimpan tantangan: ketimpangan kontribusi pada paten, urgensi revisi regulasi digital, serta literasi hukum yang belum merata. Hari Kekayaan Intelektual 2025 menjadi pengingat bahwa perlindungan hukum harus berjalan seiring dengan keadilan dan akses setara bagi seluruh pelaku kreatif.



Kover Media HKI Vol I/2025 dibuat oleh ilustrator dan desainer grafis asal Yogyakarta, Isa Indra Permana (@isaindrapermana). Ia mengangkat visual suasana museum futuristik, yang menampilkan beragam hasil kekayaan intelektual dari masa ke masa. Seluruh area intelektual ini, tersinkronisasi ke mesin DJKI bergambar pohon digital. Para pengunjung mengapresiasi ciptaan yang ditampilkan, sementara petugas berseragam DJKI hadir untuk mengedukasi dan mengimbau pengunjung agar tidak menjiplak karya.

*Redaksi menerima kontribusi tulisan dan artikel yang sesuai dengan misi penerbitan.
Redaksi berhak mengubah isi tulisan tanpa mengubah maksud dan substansi.*



Diterbitkan oleh : Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual | **Penasehat :** Direktur Jenderal Kekayaan Intelektual | **Pengarah :** Sekretaris Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, Direktur Hak Cipta dan Desain Industri, Direktur Paten, DTLST dan Rahasia Dagang, Direktur Merek dan Indikasi Geografis, Direktur Teknologi Informasi KI, Direktur Penyidikan dan Penyelesaian Sengketa, Direktur Kerja Sama dan Edukasi | **Penanggung Jawab :** Eka Fridayanti | **Pemimpin Redaksi :** Dita Komala Putri | **Tim Redaksi :** Sylvia Sonang Fiesta Ria, Citra Rosa Budiman, Galih Wisudha Pratama, Panji Putra Manik, Destika Ajeng Wulandari, Kustin Ayuwuragil Desmufliah | **Redaktur Foto :** Muhammad Adityo Ilhamy, Fikri Azhari | **Desain Grafis dan Layout :** Tim Hukumonline | **Alamat Redaksi :** Jl. H.R. Rasuna Said Kav. 8-9 Kuningan, Jakarta Selatan

DAFTAR ISI



LIPUTAN KHUSUS

Refleksi Satu Dekade Jejak Kekayaan Intelektual Indonesia **6**



BELAJAR KI-LAT

Desain Industri Dimulai dari Pendaftaran, Bukan Pengakuan **10**



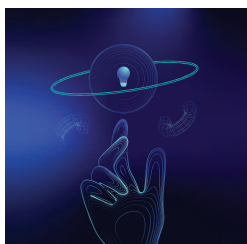
AGENDA KI

DJKI Kemenkum Selesaikan 116 Ribu Permohonan KI di Triwulan I 2025 **14**



KISPOTLIGHT

Dari Karya ke Hak Cipta: Kisah Inspiratif Kreator di Balik Desain Tanah Air **18**



KI-INFOGRAFIS I

Data Satu Dekade Kekayaan Intelektual 2015-2024 **20**

KI-INFOGRAFIS II

Apresiasi Kekayaan Intelektual **32**

TERKINI

Tiga Sumbu Percepatan Layanan Kekayaan Intelektual Nasional **38**

REKOMENDASI

Inkubator Kreatif dan Kekayaan Intelektual Jadi Arah Baru Komersialisasi Inovasi di Indonesia **41**



SAPA DAERAH

Andaliman Pulo Samosir: Perjalanan dari Dapur Tradisi Menuju Peta Ekspor **44**

DEMI KONTEN I

Sengkarut 'First to File' dalam Kasus Arc'teryx, Apa yang Dapat Kita Pelajari dari Sana? **46**

DEMI KONTEN II

Jumbo dan Misi Produk yang Tak Lelang oleh Waktu **49**

TRIVIA

Dari Sendok Sampai Superhero: Wajah Lain Hak Cipta dan Desain Industri **52**

KUIS
54

CINLOK
56

HOBİ
58

Refleksi Satu Dekade Jejak Kekayaan Intelektual Indonesia

Momentum penting untuk mengurai lagi peran hukum dalam menjaga integritas ciptaan.

Peringatan Hari Kekayaan Intelektual yang digelar Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) tahun ini menjadi ajang refleksi dan pencapaian konkret. Bertempat di Graha Pengayoman, Jakarta Selatan, DJKI mencatat ada 1.738.573 permohonan kekayaan intelektual selama kurun waktu 2015-2024.

Direktur Jenderal KI Razilu, menyebut lonjakan ini sebagai bukti meningkatnya kesadaran publik, dukungan digitalisasi sistem, dan kolaborasi DJKI dengan berbagai sektor industri dan pendidikan tinggi. Sepanjang Januari hingga April 2025, DJKI juga telah menggelar kegiatan sosialisasi, yang diikuti oleh 4.009 peserta diseminasi dan 24.300 peserta edukasi KI dari berbagai penjuru Nusantara.

"Ini adalah angka monumental yang mencerminkan antusiasme luar biasa dari masyarakat Indonesia dalam melindungi hasil karya intelektualnya," ujar Razilu dalam *Expose Kinerja Satu Dekade dan Apresiasi Kekayaan Intelektual dalam Rangka Hari Kekayaan Intelektual Sedunia Tahun 2025* pada Rabu (4/6).

Menteri Hukum Supratman Andi Agtas menegaskan hal serupa. Menurutnya, pertumbuhan rata-rata permohonan KI sebesar 18,5% per tahun merupakan bukti bahwa sistem perlindungan hukum di sektor ini makin dipercaya. Pada kuartal pertama 2025 saja, tercatat lebih dari 88 ribu permohonan baru masuk ke DJKI.

"Implementasi visi strategis untuk memajukan karya kreatif dan inovatif anak bangsa di era digital telah menunjukkan hasil yang menggembirakan. Hal ini terbukti dari peningkatan jumlah permohonan yang signifikan hingga caturwulan pertama ini," kata Supratman.



Menciptakan Ekosistem KI yang Kondusif

Peringatan Hari Kekayaan Intelektual digelar dengan dua tujuan: mengapresiasi ciptaan sekaligus mengukur sejauh mana publik memahami dan memanfaatkan sistem perlindungan kekayaan intelektual secara aktif. Hari Kekayaan Intelektual Sedunia sendiri, kali pertama dicetuskan World Intellectual Property Organization (WIPO) dan diperingati setiap tahunnya pada 26 April.

Bertepatan dengan momentum ini, DJKI telah melaksanakan serangkaian agenda, mulai dari peluncuran data digital kekayaan intelektual nasional, lokakarya penguatan hukum KI, hingga penyerahan penghargaan kepada para pemegang hak kekayaan intelektual yang aktif melindungi dan memanfaatkan hak mereka.

Selama satu dekade terakhir, kontribusi pemohon domestik mendominasi seluruh rezim kekayaan intelektual atau sekitar 86,76%. Untuk hak cipta, permohonan dari dalam negeri mencapai 99,8%. Merek terdaftar dari pelaku lokal mencapai 85,2%, sementara desain industri menyumbang 68,76%. Satu-satunya yang masih tertinggal adalah paten, di mana kontribusi nasional baru menyentuh angka 32,05%.

"Angka ini secara gamblang menunjukkan dominasi kuat permohonan KI dari dalam negeri pada seluruh rezim. Ini bukti nyata geliat inovasi dan kreativitas di kalangan masyarakat, pelaku usaha, dan inventor di Indonesia," Razilu menambahkan.

UMKM menjadi aktor utama dalam pendaftaran merek dalam negeri—didominasi oleh sektor kuliner (kelas 30 dan 29), mode (kelas 25), jasa perhotelan (kelas 43), serta kosmetik dan perawatan tubuh (kelas 3). Untuk desain industri, lima permohonan teratas berasal dari bahan cetak lainnya (kelas 19-08); kursi (kelas 06-01); pakaian (kelas 02-02); koper, tas kerja, tas tangan, gantungan kunci (03-01); dan tas, kantong, tabung, dan kapsul (kelas 09-05). Sedangkan, hak cipta didominasi buku, karya tulis artikel, program komputer, karya rekaman video, dan poster.

Di ranah indikasi geografis, produk khas seperti kopi, tenun, beras, batik, dan garam tradisional menjadi komoditas unggulan. Sedangkan dalam bidang paten, lima teratas dari permohonan dalam negeri meliputi kimia pangan, farmasi, teknik kimia, mesin khusus, dan kimia bahan dasar. Sebaliknya, sektor paten dari luar negeri yang paling dominan mencakup farmasi, komunikasi digital, transportasi, kimia bahan dasar, serta material dan metalurgi.

DJKI mencatat bahwa perolehan PNPB dari sektor KI mencapai Rp297.584.111.537 pada triwulan pertama 2025. Angka ini—sekitar 31,83% dari target—menunjukkan pertumbuhan signifikan sekaligus kontribusi nyata terhadap pendapatan negara dari sektor nonpajak.

DJKI berencana meluncurkan buku *Satu Dekade Kekayaan Intelektual dalam Angka* pada Agustus 2025. Buku ini akan merangkum lebih dari 100 statistik penting dan menjadi sumber data strategis bagi pembuatan kebijakan dan pemangku kepentingan di bidang KI.

Dari Digitalisasi ke Penguatan Hukum

Berbagai terobosan turut mendukung peningkatan ini. Peluncuran laman *Edukasi Kekayaan Intelektual Indonesia*, ekii.dgip.go.id menjadi langkah penting dalam mendorong literasi hukum KI secara daring. Selain itu, penerapan E-seal pada pencatatan hak cipta memberi perlindungan tambahan terhadap keaslian dokumen negara. "Kesadaran masyarakat akan pentingnya perlindungan KI saat ini terus tumbuh. Hal ini perlu terus kita dukung dengan kemudahan-kemudahan teknologi."

Ketika karya anak bangsa terlindungi, kepercayaan diri meningkat, investasi dalam inovasi tumbuh, dan mendorong kemajuan Indonesia di kancah global," Supratman mengungkapkan.

Selain memperkuat infrastruktur digital, DJKI juga memfokuskan diri pada penegakan hukum yang efektif dan inklusif. Selama awal 2025, 27 aduan pelanggaran kekayaan intelektual telah ditangani dan diselesaikan oleh penyidik pegawai negeri sipil (PPNS). DJKI tengah merumuskan revisi undang-undang di bidang hak cipta dan desain industri untuk merespons dinamika pelanggaran digital dan meningkatkan efektivitas perlindungan.

"Dalam menghadapi tantangan pelanggaran kekayaan intelektual di ranah digital, kita terus memperkuat penegakan hukum yang adaptif, termasuk mempertimbangkan penerapan *restorative justice* sebagai alternatif penyelesaian sengketa," tutur Supratman.

Peningkatan kinerja perlindungan KI tak lepas dari sinergi lintas lembaga. DJKI menjalin kerja sama strategis dengan Bappenas untuk merancang Peraturan Presiden tentang Peta Jalan (*Roadmap*) Pengembangan Kekayaan Intelektual di Indonesia untuk mendukung Asta Cita Pemerintahan Presiden Republik Indonesia 2024-2029. Kolaborasi juga dijalin dengan BRIN untuk mendorong permohonan KI pada bidang paten, hak cipta, dan indikasi geografis yang bersumber dari hasil riset dan inovasi unggulan para peneliti di Indonesia.

"Khususnya untuk indikasi geografis, kami berharap target tahun ini Indonesia menjadi peringkat pertama se-ASEAN dalam jumlah indikasi geografis terdaftar," Supratman melanjutkan.





”

BRIN mendorong peran BRIDA di seluruh Indonesia untuk melakukan penelitian mendalam dan pendampingan terkait potensi indikasi geografis sebagai KI komunal bernilai ekonomi tinggi yang berasal dari keunikan produk-produk khas daerah masing-masing

”

—
jelas Menteri Hukum
Supratman Andi Agtas.

DJKI turut menggandeng kantor wilayah Kemenkum sebagai ujung tombak pelindungan KI di daerah melalui program sosialisasi yang masif dan pendampingan intensif. Program Kawasan Berbasis Kekayaan Intelektual (KBKI) dijalankan dengan pendekatan lokal, sekaligus memetakan potensi ekonomi kreatif berbasis budaya setempat. Tujuh kantor wilayah terbaik pun dianugerahi penghargaan sebagai bentuk apresiasi.

Dalam aspek budaya, DJKI menaruh perhatian pada kekayaan intelektual komunal (KIK) seperti ekspresi budaya tradisional dan pengetahuan lokal sebagai warisan budaya tak benda yang menjadi identitas komunitas. Dalam rangka Hari KI Sedunia Tahun 2025, DJKI

melaksanakan lomba aransemen Mars KI yang diciptakan Direktur Jenderal Kekayaan Intelektual Razilu dengan menggunakan musik tradisi Nusantara.

Lomba ini berhasil meraih penghargaan Museum Rekor Indonesia (MURI) sebagai institusi dengan mars unsur varian etnik terbanyak (Mars KI Indonesia-33 Nuansa Daerah). Supratman mengimbau untuk memutar mars dengan alunan tradisi Nusantara pada setiap kegiatan terkait KI.

“Selamat kepada seluruh penerima penghargaan, teruslah berkarya dan menginspirasi. Mari kita terus bergerak maju, menjadikan KI sebagai pilar utama kemajuan bangsa,” pungkas Supratman.

Desain Industri Dimulai dari Pendaftaran, Bukan Pengakuan

*Daftarkan, jangan tunggu viral
dulu. Sebab, yang dilindungi
bukan yang menciptakan,
tetapi yang mendaftar.*



Foto :
Shutterstock

Sebagai kreasi tentang bentuk, konfigurasi, atau komposisi garis atau warna; atau garis dan warna; atau gabungan keduanya yang berbentuk tiga dimensi atau dua dimensi yang memberikan kesan estetis dan dapat diwujudkan dalam pola tiga dimensi atau dua dimensi; serta dapat digunakan untuk menghasilkan suatu produk, barang, komoditas industri, atau kerajinan tangan—pelindungan desain industri dapat menjadi bagian dari strategi bisnis bernilai tinggi. Artikel ini merangkum tata cara pendaftaran desain industri, manfaat di balik pelindungan desain industri, dan beragam informasi seputar desain industri langsung dari ahlinya: Pemeriksa Desain Industri Andi Mardani dan Analis Kekayaan Intelektual Ahli Pertama Habibah Avianti Windyaswara dalam forum edukasi kekayaan intelektual DJKI 2025.



**Pemeriksa Desain Industri
Andi Mardani**

Apa itu desain industri dan mengapa penting untuk dilindungi?

Banyak orang tak sadar bahwa kemasan produk yang mereka lihat di rak toko adalah produk desain industri. Dari botol, sepatu, tas, otomotif, alat musik, furnitur, hingga tampilan antarmuka aplikasi—semuanya bisa didaftarkan. Desain

industri bukan sekadar soal bentuk, tapi menyangkut konfigurasi, komposisi warna, hingga kesan estetis yang terkandung dalam sebuah produk. Unsur-unsur inilah yang kemudian menjadi faktor penentu keputusan konsumen.

Sektor bisnis, tidak luput dari pelindungan desain. Manfaatnya, pemilik desain akan mendapatkan hak eksklusif dari negara untuk melarang peniruan. *Kedua*, desain dapat menjadi aset bisnis yang meningkatkan nilai tambah, dapat dimasukkan ke portofolio kekayaan intelektual, bahkan dialihkan atau dilisensikan. *Ketiga*, meningkatkan reputasi usaha, sebab produk yang memiliki sertifikat desain menunjukkan kualitas, keaslian, dan keseriusan bisnis.

Namun, pendaftaran desain industri belum pasti dikabulkan. Perlu pemeriksaan mendalam oleh pihak DJKI, sehingga disarankan agar pemohon mengakses PDKI untuk melihat produk yang didaftarkan memenuhi syarat atau tidak.

Apa saja yang tidak termasuk dalam pelindungan desain industri?

Yang dilindungi adalah kreasi visual yang melekat pada produk: bentuk, garis, warna, hingga konfigurasi. Namun, tidak semua kreasi visual bisa dilindungi. Ide, metode, atau konsep tidak termasuk. Karya seni murni seperti lukisan juga bukan desain industri, melainkan ranah hak cipta. Selanjutnya, arsitektur unik (yang tidak dapat diproduksi massal), benda alami, dan benda yang hanya mengandalkan fungsi teknis, seperti baut atau cairan, tidak bisa didaftarkan sebagai desain industri. Ada pula desain yang memiliki unsur negara atau unsur lain yang mengganggu moral dan ketertiban umum. Bahkan desain yang sudah terpublikasi—walau oleh si pembuatnya sendiri—akan dianggap tidak baru dan ditolak.

Apa prinsip utama dalam pelindungan desain?

Desain industri bersifat konstitutif. Artinya, harus didaftarkan agar dilindungi. Berbeda dengan hak cipta yang otomatis berlaku, desain hanya akan diakui jika sudah masuk ke sistem Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Prinsipnya sederhana: siapa yang mendaftarkan duluan (*first to file*), dia yang mendapatkan hak eksklusif. Ada pula prinsip kebaruan (*novelty*) yang berlaku. Karena itu, jangan buru-buru unggah ke media sosial sebelum mendaftarkan. Pasalnya, sekali publikasi, desain dianggap tidak lagi baru.

Apa saja jenis permohonan desain industri?

Ada tiga jenis permohonan desain industri.

- a. *One Application Design*. Satu desain utuh dalam satu permohonan, misalnya satu alat bantu pengolahan sampah atau tas belanja.
- b. *Set Article Design*. Satu set produk, seperti meja dan kursi yang jadi satu kesatuan.
- c. *Partial Design*. Hanya sebagian dari produk yang didaftarkan, misalnya hanya motif di bagian kemasan botol; atau fitur-fitur terbaru pada sepatu.

Apa saja jenis permohonan desain industri?

Prapengajuan

- Cek desain dulu di PDKI (<https://pdk-indonesia.dgip.go.id>), pastikan produk belum pernah didaftarkan atau dipublikasikan.
- Siapkan gambar desain yang jelas (JPEG, tanpa *background*/ukuran/dimensi). Bisa berupa foto teknik, hasil *render*, atau foto dengan latar netral atau putih. Gambar yang diunggah hanya tampak perspektif (tampak atas, bawah, depan, belakang, samping untuk produk tiga dimensi; atau tampak depan dan belakang untuk produk dua dimensi).
- Lengkapi persyaratan administratif (formulir dapat diunduh di situs www.dgip.co.id).
 - a. Surat pernyataan kepemilikan desain industri yang ditandatangani di atas meterai. Jika surat tersebut dari universitas, lembaga pendidikan, atau badan hukum, ditulis atas nama badan hukum. Bukan dosen atau pendesain. Jika yang mendaftarkan adalah badan hukum atau lembaganya, pemegang hak dari pendaftaran desain industri adalah lembaganya.
 - b. Surat pengalihan hak (jika diajukan atas nama institusi). Pendesain dicantumkan sebagai Pihak Pertama, dan pemegangnya sebagai Pihak Kedua.
 - c. Dokumen lembaga (jika ingin tarif UMK/pendidikan).

Prapengajuan Online

- Registrasi di: www.desainindustri.dgip.go.id. Setelah membuat akun baru, dapat memilih 'Tambah Permohonan'.
- Isi formulir:
 - a. Judul: nama umum produk (misal: tas, bukan 'tas merek x').
 - b. Deskripsi atau kegunaan.
 - c. Klaim desain: bentuk, konfigurasi, komposisi garis, dan komposisi warna.
 - d. Kelas Locarno: klasifikasi produk.
- Unggah gambar per tampak (depan, belakang, atas, dll.).

Pembayaran

- Umum:
 - a. Rp800 ribu (satu desain).
 - b. Rp1,250 juta (satu kesatuan desain).
- UMK/pendidikan/pemerintah:
 - Rp250 ribu (satu desain).
 - Rp550 ribu (satu kesatuan desain).
- Pembayaran via M-banking/e-commerce.

Tahapan Pemeriksaan

- Administratif – tiga bulan.
- Publikasi – tiga bulan.
- Substantif – enam bulan dengan total proses bisa memakan waktu kurang-lebih satu tahun.

Apa yang perlu diwaspadai saat mendaftar?

Jangan asal unggah gambar. Gambar desain harus jelas dan netral—tanpa latar, manusia, atau teks. Satu kesalahan kecil bisa memperlambat proses atau bahkan membuat desain ditolak. Pemohon juga sering keliru dalam memasukkan nama: yang didaftarkan adalah pemegang hak desain, bukan karyawan atau operator akun.

Mendorong Peningkatan KI di Sumatera Barat



Sumatera Barat - Keterlibatan pemerintah daerah, komunitas pelaku usaha, dan masyarakat adat amat menentukan keberhasilan dan efektivitas perlindungan kekayaan intelektual. Sebagai provinsi dengan potensi besar, Sumatera Barat diarahkan untuk mengelola kekayaan intelektualnya secara strategis. Untuk itu, DJKI telah melakukan rangkaian audiensi ke berbagai kota dan kabupaten di Sumatera Barat pada akhir April 2025.

Kota Solok menjadi salah satu titik awal kunjungan. Kota ini memiliki produk beras—bareh Solok—yang sudah tersertifikasi indikasi geografis. Dalam kunjungannya ke Pemerintah Kota Solok pada Senin (28/4), Razilu menekankan pentingnya kerja sama antara Masyarakat Pelindungan Indikasi Geografis (MPIG) Bareh Solok dengan Pemerintah Kota Solok, untuk melakukan pengawasan mutu, distribusi, dan pemasaran produk pada skala yang lebih luas.

Pada 2024, DJKI telah membawa produk tersebut ke pameran di Jenewa, Swiss. "Selain itu, yang tidak kalah pentingnya adalah memberikan kemasan produk yang menarik. Ini yang masih menjadi kekurangan indikasi geografis terdaftar di Indonesia. Kemasan produk itu mampu menarik minat masyarakat," ucap Razilu.

Razilu juga mendorong Solok untuk mulai mendaftarkan merek kolektif atas produk-produk khas lain seperti dendeng batokok, rendang, atau kerajinan tenun dan batik. Hal ini disambut dengan komitmen Walikota Solok, Ramadhani Kirana Putra untuk menindaklanjuti masukan tersebut sebagai bagian dari strategi pembangunan ekonomi berbasis kekayaan intelektual.

Kunjungan berikutnya membawa DJKI ke Kota Payakumbuh atau umum dikenal sebagai sentra rendang, warisan tradisional Minangkabau yang menjadi ikon kuliner Indonesia. Meski dalam beberapa tahun terakhir, Rendang Payakumbuh telah dipasarkan dalam bentuk siap saji, perlindungan hukumnya masih belum jelas. Razilu menyoroti risiko pemanfaatan nama dan citra 'Rendang Payakumbuh' tanpa izin atau tanpa memenuhi standar keaslian dan mutu. Ia mengingatkan, tanpa pendaftaran merek kolektif, semua pihak dapat menggunakan nama

'Rendang Payakumbuh' tanpa pengawasan mutu yang akhirnya dapat merugikan reputasi daerah.

"Kami usulkan pendaftaran dilakukan oleh pemerintah daerahnya sendiri. Kami juga mendorong Kota Payakumbuh untuk mendaftarkan merek kolektif untuk UMKM, jadi mereka bisa menggunakan merek yang sama untuk produk-produk yang mereka hasilkan," kata Razilu pada Rabu (30/4).

Pada kesempatan yang sama, DJKI melakukan audiensi dengan Pemerintah Kabupaten Lima Puluh Kota. Salah satu yang menjadi sorotan adalah komoditas gambir. Meski sudah banyak diekspor hingga ke India dan Pakistan, gambir belum dikenali sebagai produk asal Indonesia. Padahal, menurut Razilu, pendaftaran indikasi geografis penting agar nama daerah tidak hilang dalam rantai ekspor.

"Kami mengajak seluruh pemerintah daerah untuk bersinergi dalam memberikan dukungan bagi para penghasil KI di daerahnya seperti UMKM, seniman, petani, serta perajin lokal. Sudah saatnya kita hadir di tengah mereka untuk memberikan perlindungan, pendampingan, dan ruang untuk tumbuh. Dengan KI yang dikelola dengan baik, kemajuan ekonomi dan identitas daerah dapat berjalan beriringan," Razilu menegaskan.

Sementara di Bukittinggi, DJKI menyerahkan dua surat pencatatan kekayaan intelektual komunal (KIK) dan satu sertifikat merek kolektif pada Rabu (30/4). Karupuk Sanjai asal Saluang dan merek kolektif Banang Sahalai menjadi dua ekspresi budaya yang kini tercatat resmi sebagai KIK. Merujuk pada data Kementerian Kebudayaan, jika dibandingkan dengan provinsi lain, jumlah permohonan KI dari Sumatera Barat terutama untuk KIK seperti EBT, sumber daya genetik (SDG), dan indikasi asal dan pengetahuan tradisional (PT) masih relatif lebih rendah.

Wali Kota Bukittinggi, Ramlan Nurmatias, menyatakan kesiapan untuk mendorong pendaftaran produk khas lain seperti ayam pop dan Sanjai Bukittinggi. Baginya, perlindungan KI bukan hanya tanggung jawab pemerintah pusat, tetapi juga bagian dari upaya pemerintah daerah dalam menjaga identitas dan mendorong ekonomi rakyat.

”Saat ini DJKI berupaya membangun Indonesia dengan mendorong ekonomi berbasis KI di daerah-daerah. Pelindungan ini menjadi penting untuk mencegah pihak lain di luar daerah mengambil potensi-potensi KI tanpa memberikan keuntungan atau manfaat apa pun.”

Tanah Datar menjadi penutup rangkaian kunjungan. Produk tenun songket Pandai Sikek sudah terdaftar sebagai IG dan sempat dipamerkan dalam forum World Intellectual Property Organization (WIPO) di Jenewa. Namun, DJKI mendorong agar promosi ini tidak berhenti pada satu produk saja. Pemda Tanah Datar juga harus proaktif mengidentifikasi dan mendaftarkan potensi kekayaan intelektual lain.



”DJKI memberikan kemudahan pada UMKM yang ingin mendaftarkan mereknya, yakni hanya dengan tarif Rp500 ribu untuk pelindungan hingga sepuluh tahun dan dapat diperpanjang secara terus menerus. Tarif ini bisa didapatkan dengan melampirkan surat keterangan UMKM dari dinas terkait,”

ucap Razilu.

DJKI Kemenkum Selesaikan 116 Ribu Permohonan KI di Triwulan I 2025



Jakarta - Pada sebuah konferensi pers yang digelar di Kuningan, Jakarta Selatan, Menteri Hukum Supratman Andi Agtas menegaskan, kualitas pelayanan administrasi hukum dan kekayaan intelektual telah mencapai standar yang sangat baik—sejalan dengan upaya Indonesia untuk bergabung dengan Organisasi untuk Kerja Sama dan Pembangunan Ekonomi (OECD).

Di bawah kendali Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI), kinerja Kementerian Hukum dalam triwulan pertama 2025 menunjukkan lonjakan signifikan. Dari 116.126 permohonan yang masuk dan tertunda dari tahun sebelumnya, sebanyak 66.995 adalah permohonan merek, diikuti permohonan hak cipta mencapai 36.296. Melalui program percepatan penyelesaian permohonan merek, Kemenkum berhasil menghapus seluruh tunggakan layanan pada sektor tersebut dari tahun-tahun sebelumnya. “Program percepatan pemeriksaan substansi merek

berdampak secara langsung pada penyelesaian penerbitan sertifikat merek sebanyak 66.995. Penerbitan sertifikat merek adalah wujud kepastian hukum bagi para pelaku usaha untuk menggunakan merek secara legal dan eksklusif dalam kegiatan berbisnis,” jelas Menkum.

Capaian ini berdampak langsung pada penerimaan negara. Dari seluruh layanan KI, Kementerian Hukum berhasil menghimpun Penerimaan Negara Bukan Pajak (PNBP) sebesar Rp220.903.378.668, menunjukkan kontribusi signifikan sektor ini terhadap pendapatan negara.

Hal lain yang lebih membanggakan, di tingkat global, Indonesia menempati posisi pertama dalam jumlah permohonan paten dalam negeri sebanyak 715 dan desain industri sebanyak 1.186 permohonan. Catatan angka ini terbilang unggul dari negara-negara besar seperti Jepang, Tiongkok, Amerika Serikat, dan Korea Selatan.

DJKI Kementerian Hukum terus mendorong pelindungan kekayaan intelektual sebagai instrumen penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif dan inovasi nasional. Masyarakat, diimbau untuk terus memanfaatkan layanan kekayaan intelektual yang tersedia—daring maupun luring—untuk memperoleh pelindungan hukum atas karya dan inovasi mereka. Dengan mekanisme yang makin transparan, cepat, dan pasti pelaku usaha serta kreator dapat dengan mudah mengamankan hak eksklusif atas karya mereka, sekaligus menghindari potensi sengketa hukum di kemudian hari.

Berantas LEGO Palsu, PPNS DJKI Terima Apresiasi



Jakarta - Baru-baru ini, DJKI menerima penghargaan dari perusahaan mainan ternama asal Denmark, LEGO—atas kontribusi aktif Penyidik Pegawai Negeri Sipil (PPNS) DJKI dalam memberantas pembajakan produk LEGO di Indonesia pada 2024. Penghargaan ini diserahkan dalam pertemuan terbatas antara DJKI dengan pihak Denmark, Jumat (25/4).

Kerja sama Indonesia-Denmark—DJKI dengan Danish Patent and Trademark Office (DKPTO) yang berawal dari MoU pada 2020 ini telah berkembang menjadi transfer ilmu dan pelatihan praktis. Salah satunya, lewat permintaan Dirjen KI Razilu kepada LEGO Group untuk membuat bahan edukasi agar para PPNS dan pemeriksa DJKI dapat mengenali lebih jauh perbedaan antara produk asli dan bajakan, guna memudahkan praktik penegakan hukum di kemudian hari.

“Bantuan teknis yang diberikan oleh DKPTO melalui kerja sama ini sangat berarti bagi kami. Kami sangat berterima kasih atas hal tersebut karena meningkatkan kompetensi pegawai kami dan memperkuat penegakan hukum di bidang KI adalah prioritas utama dalam program kami,” ucap Razilu.

Razilu berharap, ke depannya, pelatihan dapat menjangkau lebih banyak daerah lewat peningkatan koordinasi dengan kementerian, lembaga terkait, dan pemangku kepentingan.

Penasihat Hukum Korporat APAC LEGO Group Summati Uppal menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam atas kerja keras para PPNS DJKI dalam memerangi pembajakan produk mainan LEGO. Menurutnya, upaya ini tidak hanya memberikan dampak secara ekonomi, tetapi juga pada kesehatan anak-anak karena kandungan zat-zat kimia berbahaya.

“Ke depannya, kami akan memberikan dukungan-dukungan, seperti pelatihan kepada DJKI supaya lebih mengenali produk asli kami, sehingga penegakan hukum KI dapat berjalan lebih maksimal,” ucap Summati.

Duta Besar Denmark untuk RI Sten Frimodt Nielsen terkesan dengan kerja sama yang terjalin antara DJKI dan DKPTO. Ia mengakui bidang ini masih relatif baru, tetapi sudah berjalan dengan lancar. Hal ini tidak terlepas dari kesepakatan dan pengertian yang terjalin selama ini.

DJKI Sukses Mediasi Sengketa Merek VULANA vs FULANA



Jakarta - DJKI berhasil menyelesaikan konflik antara pemilik merek Vulana (IDM001027777) dan pengguna merek Fulana melalui jalur mediasi. Sengketa ini bermula dari dugaan kesamaan fonetik antara merek Vulana dan Fulana. Berdasarkan hasil mediasi, penggunaan merek Fulana dalam aktivitas bisnis tidak diperbolehkan karena memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek Vulana yang telah terdaftar sejak 2021.

“Mediasi sengketa merek Fulana berhasil mencapai kesepakatan damai,” ujar Kasubdit Pencegahan dan Sengketa Alternatif DJKI, Baby Mariaty.

Pemilik merek Fulana, Ninda Andarianti bersedia mengganti mereknya dengan nama baru yang akan didaftarkan secara resmi di DJKI.

Mediasi merupakan bagian dari upaya penyelesaian sengketa di luar jalur hukum, sebagai alternatif efektif bagi pelaku usaha dalam menyelesaikan konflik kekayaan intelektual tanpa harus menempuh jalur mediasi.

Dari Karya ke Hak Cipta: Kisah Inspiratif Kreator di Balik Desain Tanah Air

Sejumlah kreator Indonesia tampil menonjol dengan karya orisinal dan mampu menembus pasar global.

Cerminan identitas, nilai budaya, dan hasil pemikiran bernilai intelektual merupakan definisi tepat untuk menggambarkan suatu karya desain. Dalam dunia industri kreatif, banyak kreator Indonesia mencuri perhatian lewat karya-karya yang orisinal dan mampu bersaing di pasar global. Para kreator ini memperkenalkan budaya Nusantara dalam bentuk yang lebih segar, sembari mendorong perlindungan hak kekayaan intelektual di dunia desain Indonesia.



1. Didiet Maulana

Desainer Busana Didiet Maulana, yang telah berpengalaman di industri fashion, bertekad mengangkat kekayaan Indonesia lewat dunia mode. Setelah tujuh tahun bekerja di bidang ritel, ia memulai usahanya sendiri pada 2010 dengan visi untuk maju bersama, agar kebahagiaan tidak dirasakan sendirian.

Pada 2018, ia dipercaya menangani proyek pembuatan kain tenun sepanjang 45 ribu meter yang melibatkan tiga ribu penenun muda di Jepara. IKAT Indonesia, yang awalnya hanya sebuah label, kini menjadi wadah bagi Didiet untuk berbagi. Lebih dari sekadar bisnis, IKAT Indonesia berfokus pada kesejahteraan para penenun dan hasil usaha yang berkelanjutan.

Ia mengajak anak muda untuk berani berkarya tanpa takut karyanya ditiru, selama sudah mendaftarkan kekayaan intelektualnya agar terlindungi secara hukum. Pemilik merek IKAT Indonesia itu juga menekankan pentingnya inovasi agar pelaku usaha tetap relevan dan tidak mudah tersaingi oleh penjiplak.

2. Faza Meonk

Awalnya, Faza Ibnu Ubaydillah atau Faza Meonk, menciptakan karakter Si Juki hanya untuk iseng. Ia lantas membagikan karyanya kepada teman-temannya di kampus. Tak disangka, karakter dengan ciri khas rambut jabrik dan mata belok itu mendapat sambutan positif dan menarik minat penerbit. Sejak saat itu, Faza terdorong untuk mengembangkan Si Juki agar dikenal luas.

Saat meluncurkan komik perdana *Ngampus! Buka-bukaan Aib Mahasiswa*, Faza sempat optimistis akan sukses besar. Namun, penjualannya biasa saja. Dari pengalaman itu, ia mulai belajar cara mengelola karya secara bisnis, termasuk melalui lisensi. Sejak 2012, ia mendalami konsep *intellectual property* (IP) dan *licensing business* secara autodidak.

Saat ini, Si Juki merupakan salah satu IP paling sukses di Indonesia. Pertengahan Juni kemarin, karakter Si Juki resmi diterbitkan di Malaysia dalam delapan edisi *Komik Pintar Si Juki*, dengan versi bahasa Inggris dan Melayu. Kolaborasi dengan penerbit Sasbadi ini membuka peluang baru bagi komik Indonesia di pasar global. Faza berharap, pesan edukatif dan semangat 'berani tampil beda' dari Si Juki bisa diterima dengan baik oleh pembaca Malaysia.

DATA SATU DEKADE KEKAYAAN INTELEKTUAL 2015-2024

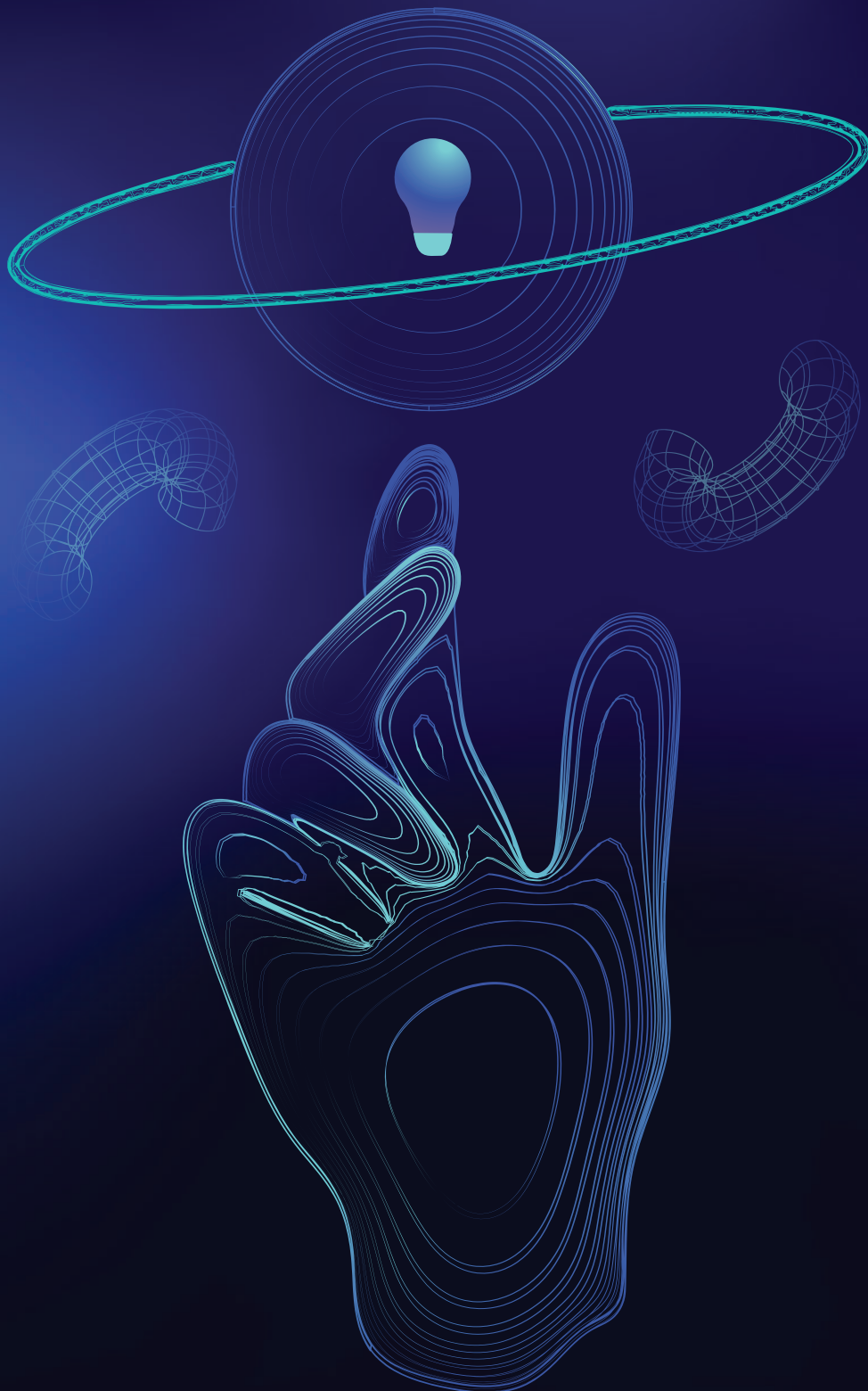
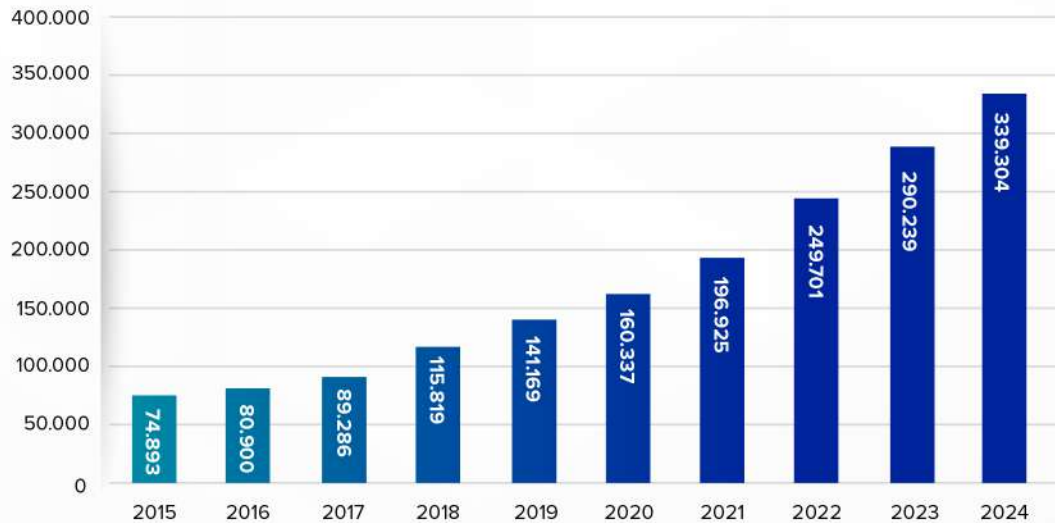


Foto :
freepik

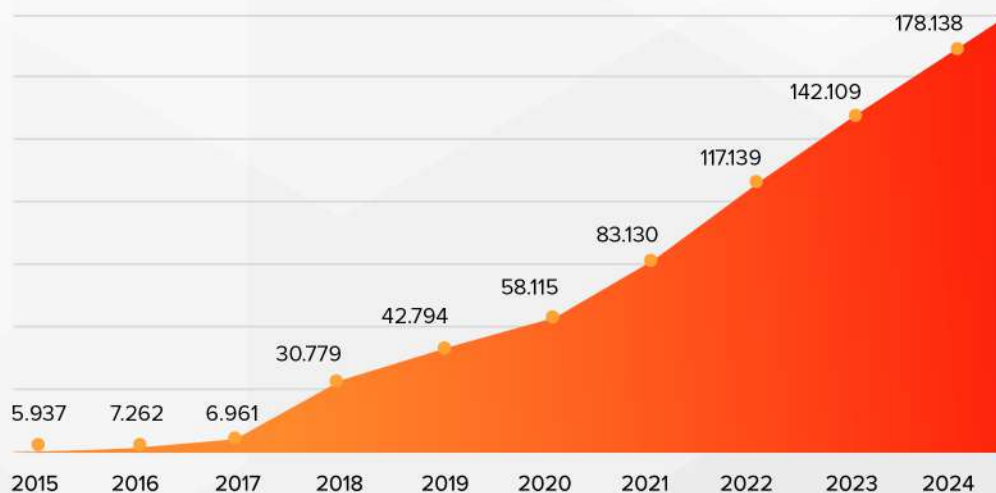
Dalam kurun waktu 2015 – 2024, DJKI mencatat permohonan kekayaan intelektual (KI) meningkat setiap tahunnya. Terdapat **1.738.573 permohonan** pada dekade tersebut dengan tahun tertinggi pada 2024 yakni **339.304 permohonan**.



Permohonan Hak Cipta dalam Satu Dekade

Terdapat **672.400 permohonan**, dengan permohonan per tahun sebagai berikut:

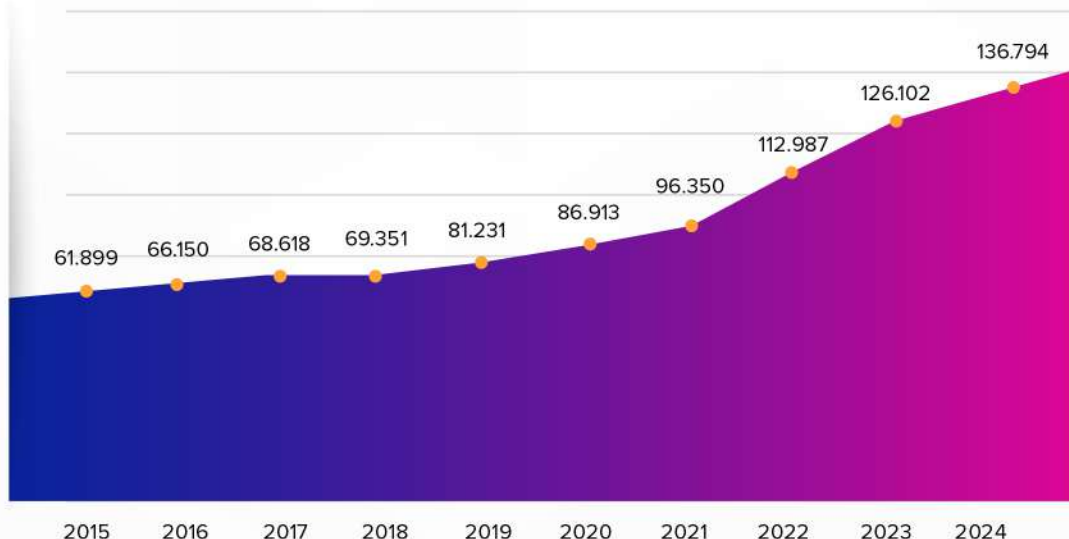
Permohonan Hak Cipta



Permohonan Merek dalam Satu Dekade

Total terdapat **906.395 permohonan**,
dengan permohonan per tahun sebagai berikut:

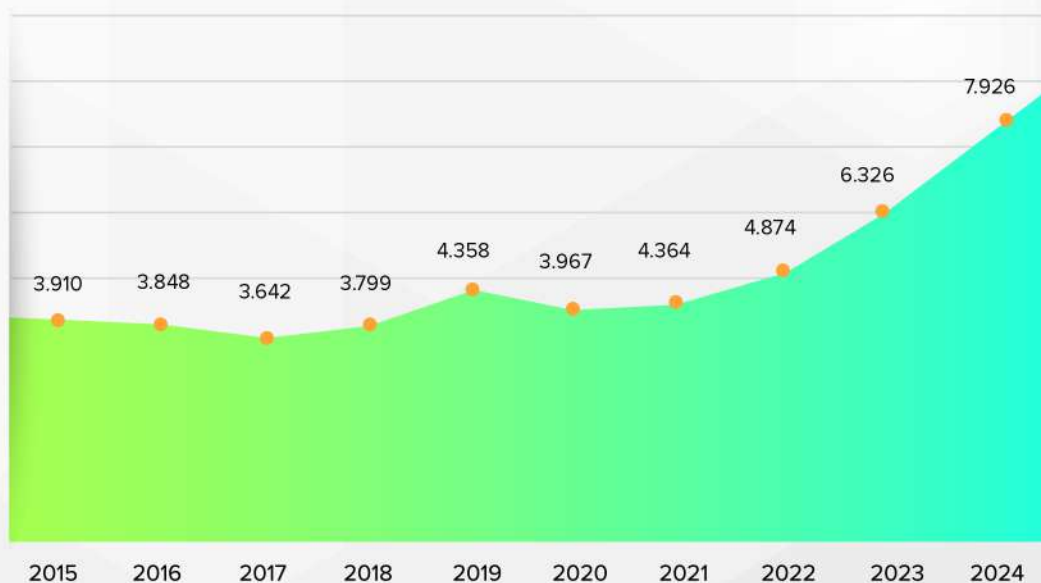
Permohonan Merek



Permohonan Desain Industri dalam Satu Dekade

Terdapat **47.014 permohonan**,
dengan permohonan per tahun sebagai berikut:

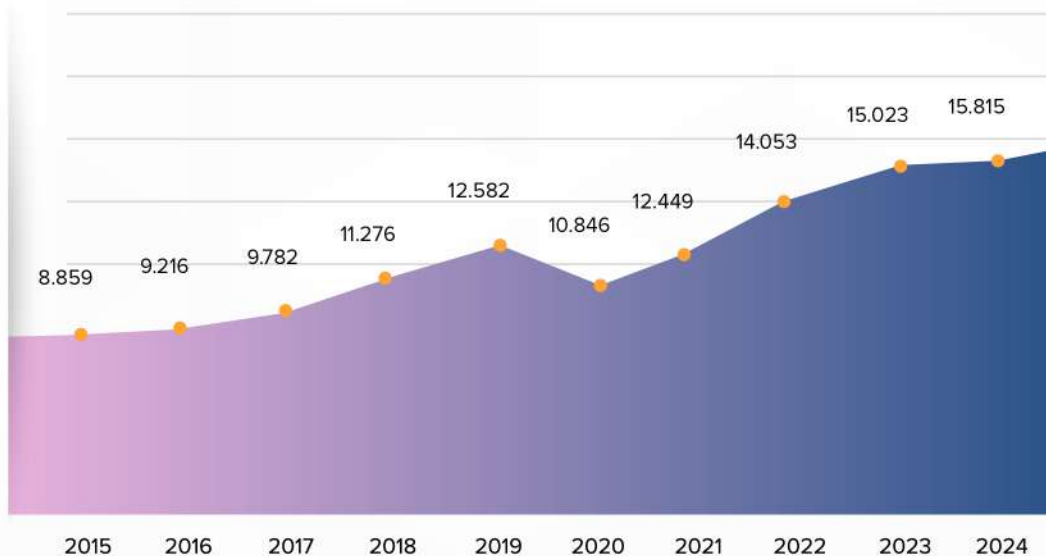
Permohonan Desain Industri



Permohonan Paten dalam Satu Dekade

Terdapat **119.901 permohonan**,
dengan permohonan per tahun sebagai berikut:

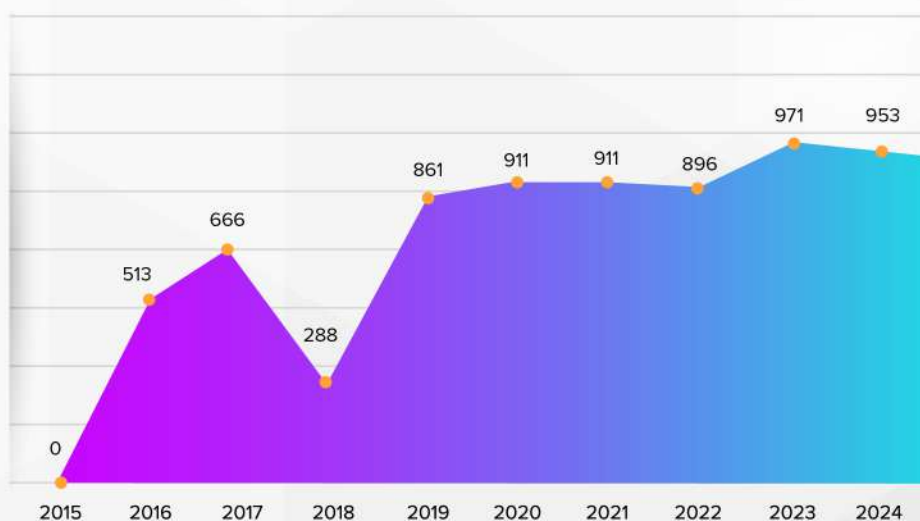
Permohonan Paten



Permohonan KI Komunal dalam Satu Dekade

Terdapat **6.970 permohonan**,
dengan permohonan per tahun sebagai berikut:

Permohonan KI Komunal



Permohonan Indikasi Geografis dalam Satu Dekade

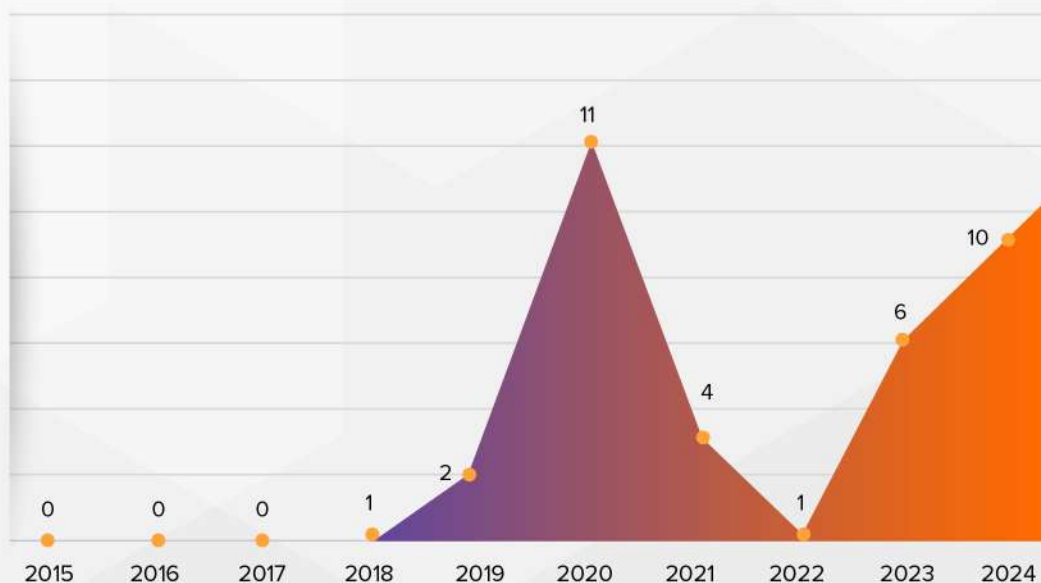
Terdapat **273 permohonan**,
dengan permohonan per tahun sebagai berikut:



Permohonan Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu (DtIst) dalam Satu Dekade

Terdapat **35 permohonan**,
dengan permohonan per tahun sebagai berikut:

Permohonan Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu (DtIst)





KENALI KREASI, INOVASI, & TREN KI SELAMA SATU DEKADE INI

DGIP.GO.ID





TAHUN HAK CIPTA DAN DESAIN INDUSTRI 2025

Program Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) tahun 2025 memiliki **Catur Program Unggulan (CPU) 2025** dan **Catur Program Prioritas (CPP) 2025**.

CPU 2025

Program unggulan fokus pada program yang spesifik untuk pencapaian hasil yang konkret dan terukur

1. Jelajah Kekayaan Intelektual (KI)
2. Kawasan Berbasis KI (KBKI)
3. Layanan KI Bergerak (*Mobile IP Clinic/MIC*).
4. Akselerasi Penyelesaian Permohonan KI.



CPP 2025

Program prioritas fokus pada program yang strategis, mendukung tujuan jangka panjang DJKI

1. Penegakan Hukum Kekayaan Intelektual (KI)
2. Peningkatan Permohonan KI Melalui Sosialisasi, Edukasi, Diseminasi.
3. Pengembangan Kompetensi SDM
4. Transformasi Layanan KI Digital

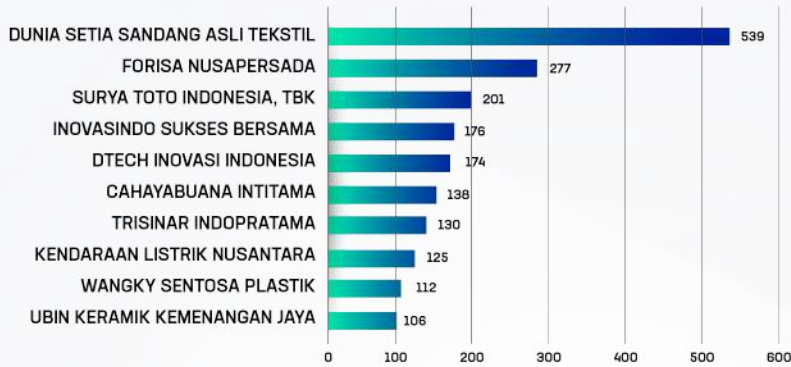




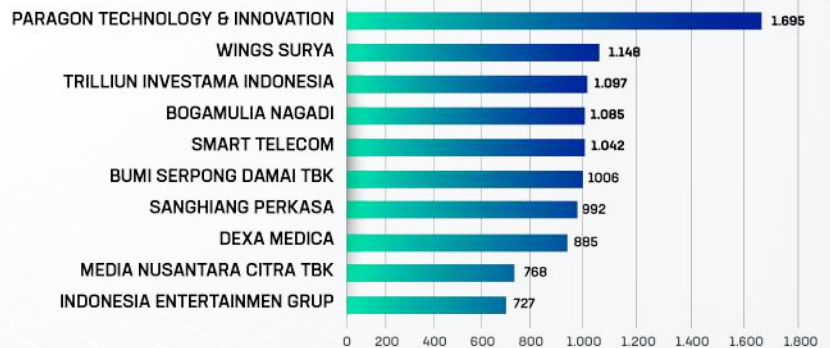
APRESIASI KEKAYAAN INTELEKTUAL

Kategori Top 10 Perusahaan

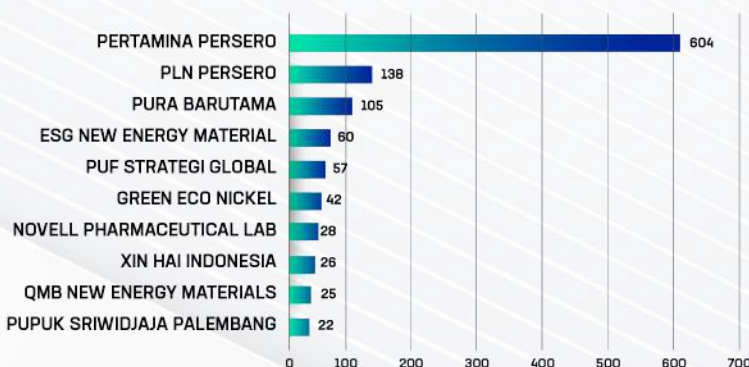
Daftar Top 10 Perusahaan Kategori **Permohonan Desain Industri** Terbanyak 2015-2024 dengan capaian permohonan terbanyak oleh **Dunia Setia Sandang Asli Tekstil** yakni 539 permohonan.



Daftar Top 10 Perusahaan Kategori **Permohonan Merek** Terbanyak 2015-2024 dengan capaian permohonan terbanyak oleh **Paragon Technology & Innovation** yakni 1.695 permohonan.



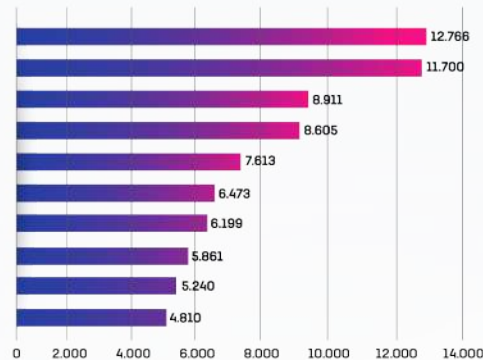
Daftar Top 10 Perusahaan Kategori **Permohonan Paten** Terbanyak 2015-2024 dengan capaian terbanyak oleh **Pertamina (Persero)** yakni 604 permohonan.



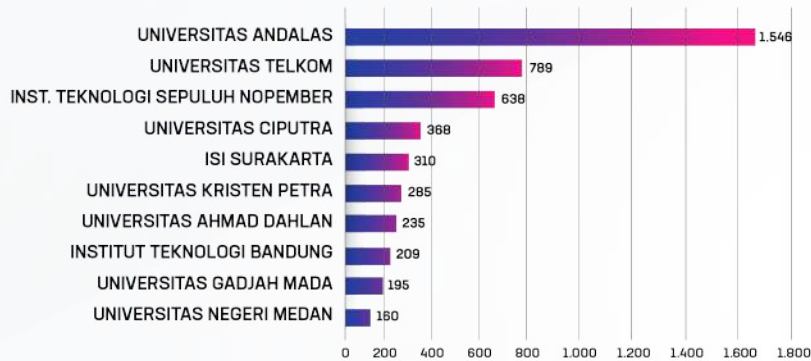
Kategori Top 10 Perguruan Tinggi



Daftar Top 10 Perguruan Tinggi Kategori **Permohonan Hak Cipta** Terbanyak 2015-2024 dengan capaian terbanyak oleh **Universitas Negeri Jakarta** yakni **12.766** permohonan



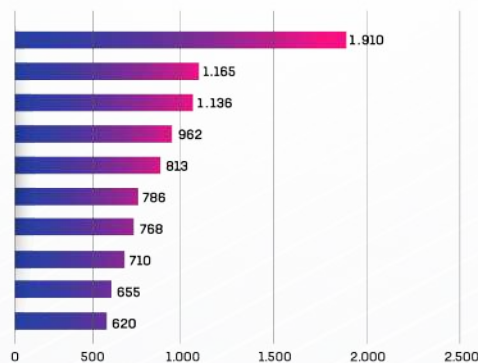
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UNIVERSITAS ANDALAS
UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA
UNIVERSITAS INDONESIA
UNIVERSITAS NEGERI MALANG
UNIV. BUANA PERJUANGAN KARAWANG
UNIVERSITAS PADJADJARAN
UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
UNIVERSITAS DIPONEGORO



Daftar Top 10 Perguruan Tinggi Kategori **Permohonan Desain Industri** Terbanyak 2015-2024 dengan capaian terbanyak oleh **Universitas Andalas** yakni **1.546** permohonan.



Daftar Top 10 Perguruan Tinggi Kategori **Permohonan Paten** Terbanyak 2015-2024 dengan capaian terbanyak oleh **Universitas Andalas** yakni **1.910** permohonan.

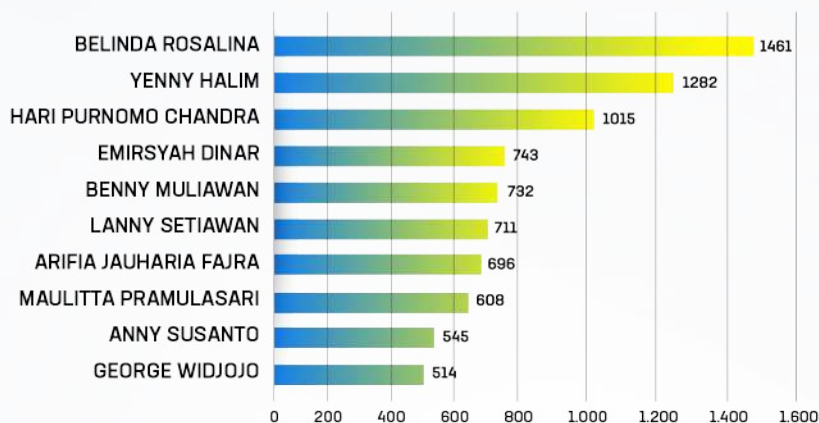


UNIVERSITAS TELKOM
UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA
UNIVERSITAS INDONESIA
UNIVERSITAS GADJAH MADA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
UNIVERSITAS AIRLANGGA
INST. TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
UNIVERSITAS PADJADJARAN
INSTITUT TEKNOLOGI BANDUNG



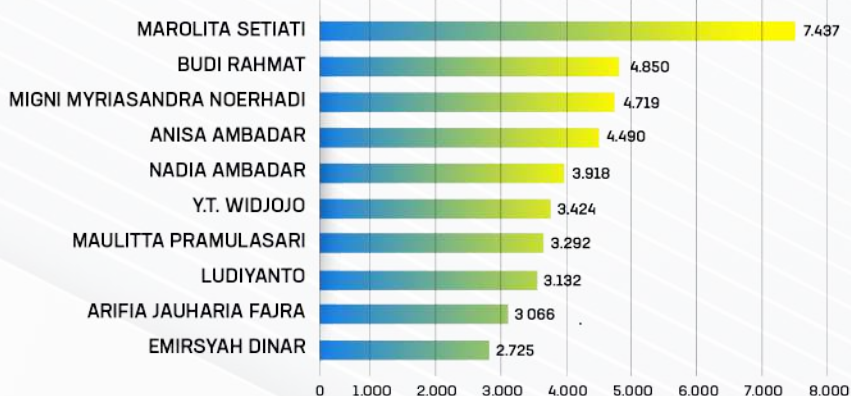
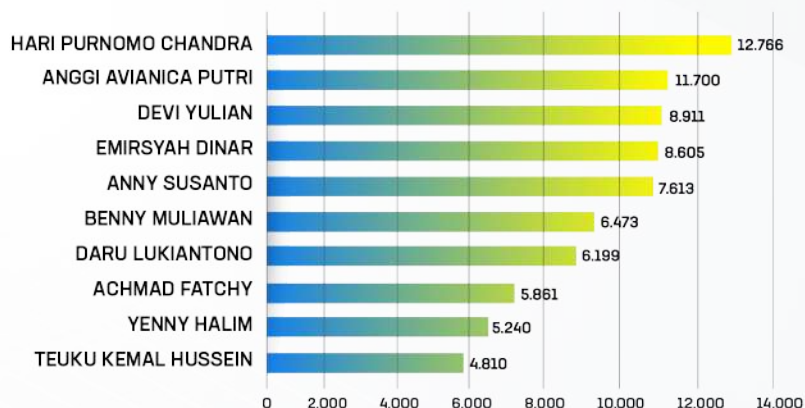
Daftar Top 10 Perguruan Tinggi Kategori **Permohonan Merek** Terbanyak 2015-2025 dengan capaian terbanyak oleh **Universitas Telkom** yakni **133** permohonan.

Kategori Top 10 Konsultan Kekayaan Intelektual



Daftar Top 10 Konsultan KI Kategori **Permohonan Desain Industri** Terbanyak 2015-2024 dengan capaian terbanyak oleh **Belinda Rosalina** yakni **1.461** permohonan.

Daftar Top 10 Konsultan KI Kategori **Permohonan Merek** Terbanyak 2015-2024 dengan capaian terbanyak oleh **Hari Purnomo Chandra** yakni **12.612** permohonan.



Daftar Top 10 Konsultan KI Kategori **Permohonan Paten** Terbanyak 2015-2024 dengan capaian terbanyak **Marolita Setiati** yakni **7.437** permohonan.

Apresiasi Aransemen Mars KI Indonesia Berbasis Musik Tradisi Nusantara

Selain memberikan apresiasi terhadap mitra, DJKI juga memberikan apresiasi terhadap aransemen mars KI Indonesia terbaik, dengan juara masing-masing kategori sebagai berikut:

Kategori Aransemen Terbaik Mars Kekayaan Intelektual Indonesia:

1. Juara I: Kanwil Kemenkum Bali
2. Juara II: Kanwil Kemenkum DKI Jakarta
3. Juara III: Kanwil Kemenkum Lampung
4. Juara Favorit: Kanwil Kemenkum Papua Barat

Kategori Video Terbaik Aransemen Mars Kekayaan Intelektual Indonesia:

1. Kanwil Kemenkum Sulawesi Selatan
2. Kanwil Kemenkum Jawa Barat
3. Kanwil Kemenkum Kalimantan Selatan
4. Kanwil Kemenkum Maluku Utara



Apresiasi Kinerja Kantor Wilayah Kementerian Hukum di Bidang Kekayaan Intelektual

Dalam rangka hari KI sedunia 2025, DJKI memberikan apresiasi kinerja Kantor Wilayah Kementerian Hukum (Kanwil Kemenkum) di bidang KI, dengan urutan sebagai berikut.

NO.	Nama Kanwil	SKOR
1	Kanwil Kemenkum Jawa Timur	24
2	Kanwil Kemenkum Jawa Barat dan Kanwil Kemenkum DI Yogyakarta	21
3	Kanwil Kemenkum Jawa Tengah	18
4	Kanwil Kemenkum Sumatera Utara	15
5	Kanwil Kemenkum Banten dan Kanwil Kemenkum Sulawesi Tengah	13



Kawasan Berbasis Kekayaan Intelektual (KBKI)

Dalam menjaga sekaligus memberdayakan KI daerah, DJKI melalui program Kawasan Berbasis Kekayaan Intelektual (KBKI) dengan tujuan untuk memperkuat perlindungan terhadap hasil cipta masyarakat dan juga mendorong terbentuknya ekosistem ekonomi berbasis kreativitas lokal yang berkelanjutan.

Direktur Hak Cipta dan Desain Industri Agung Damarsasongko, menerangkan bahwa pembentukan KBKI memiliki tiga tujuan utama, yaitu:

1. meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya perlindungan KI;
2. mendorong pendaftaran dan perlindungan KI secara kolektif dalam suatu kawasan; dan
3. menjadikan KI sebagai bagian integral dari strategi pembangunan daerah yang berkelanjutan.

Sampai saat ini, terdapat 20 provinsi yang telah mengusulkan wilayahnya untuk ditetapkan sebagai KBKI, antara lain:

NO.	Provinsi	Kawasan Berbasis Kekayaan Intelektual ("KBKI")
1	Aceh	• Gampong Nusa, Kabupaten Aceh Besar
2	Banten	• Kampung Batik Kembang Mayang Larangan, Kota Tangerang • Desa Wisata Bandung, Kabupaten Pandeglang
3	Bengkulu	• Festival Tabut, Kota Bengkulu • Kawasan Musik Dhol, Kota Bengkulu
4	DI Yogyakarta	• Desa Batik Wukirsari, Kabupaten Bantul • Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat, Kota Yogyakarta
5	Jambi	• Kawasan Batik Jambi Kota Seberang, Provinsi Jambi
6	Jawa Barat	• Kawasan Batik Komar, Kota Bandung • Saung Angklung Udjo, Kota Bandung
7	Jawa Timur	• Sanggar Batik Tulis Tenun Gedog, Kabupaten Tuban • Kampoeng Kajoetangan Heritage, Kota Malang
8	Kalimantan Barat	• Desa Tenun Sumber Harapan, Kabupaten Sambas
9	Kalimantan Selatan	• Festival Sasirangan Sungai Jingah, Kota Banjarmasin
10	Kepulauan Bangka Belitung	• Desa Tari-tarian Keciput, Kabupaten Belitung
11	Nusa Tenggara Barat	• Desa Lagu dan Tari-tarian Marong, Kabupaten Lombok Tengah
12	Papua Barat	• Festival Budaya HUT Pekabaran Injil, Kabupaten Manokwari
13	Sulawesi Selatan	• Benteng Fort Rotterdam, Kota Makassar • Anjungan Pantai Losari, Kota Makassar
14	Sulawesi Tengah	• Festival Baku Buka, Kota Palu
15	Sumatera Selatan	• Kampung Tuan Kentang, Kota Palembang
16	Sumatera Utara	• Dusun Paya Kiri, Kabupaten Langkat
17	Sumatera Barat	• Sentra IKM Rendang, Kota Payakumbuh
18	Maluku Utara	• Festival Kora-Kora, Kota Ternate
19	Maluku	• Festival Ambon City of Music, Kota Ambon
20	Kepulauan Riau	• Kampung Seni Batam Bida Kharisma, Kota Batam • Desa Tenun dan Budaya Alam Melayu, Kabupaten Karimun

Tiga Sumbu Percepatan Layanan Kekayaan Intelektual Nasional

*Transformasi pelayanan hukum
yang langsung menyentuh
denyut ekonomi kreatif Indonesia.*



Foto :
freepik

Hanya dalam waktu kurang dari setahun, Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) mencatat dua angka krusial: 1.928.375 permohonan merek dan 86 permohonan indikasi geografis, di mana empat di antaranya, resmi terdaftar. Jumlah ini tak sekadar mencerminkan geliat bisnis, tetapi juga kepercayaan publik terhadap sistem perlindungan kekayaan intelektual yang semakin menguat.

Percepatan, efisiensi, dan inklusivitas layanan kekayaan intelektual sendiri merupakan bagian dari agenda strategis menuju Indonesia Emas 2045. Sebagaimana disampaikan oleh Menteri Hukum Supratman Andi Agtas, salah satu langkah strategis yang diambil, adalah mendukung pengembangan ekosistem kekayaan intelektual nasional melalui penyusunan Rencana Strategis (Renstra) Kemenkumham 2025-2029.

"Kita harus berpedoman pada visi misi Presiden RI, terutama peran kita dalam Asta Cita nomor 7," ujar Supratman dalam Kick Off Meeting Penyusunan Renstra Kemenkum 2025-2029 dan Penyusunan Peta Proses Bisnis Kemenkum di Graha Pengayoman, Jakarta, (Selasa, 29/4).

POP Merek memungkinkan pemilik merek yang sudah mendapatkan sertifikat merek selama sepuluh tahun untuk memperpanjang perlindungan mereknya untuk sepuluh tahun ke depan. POP Lisensi Merek digunakan untuk mencatatkan lisensi merek yang diberikan oleh pemilik kepada pihak lain. POP Petikan Resmi Merek dapat digunakan sebagai pengganti sertifikat asli jika hilang.

Sebagai organ penting dalam pertumbuhan sektor ekonomi berbasis kekayaan intelektual, DJKI telah melakukan transformasi besar, khususnya dalam proses permohonan pendaftaran merek. Kini, waktu penyelesaian permohonan

merek berhasil dipangkas. Dari sebelumnya memakan tujuh hingga delapan bulan, menjadi maksimal enam bulan.

Selain itu, layanan otomatis lanjutan seperti Persetujuan Otomatis Perpanjangan (POP) Jangka Waktu Pelindungan Merek, POP Lisensi Merek, dan POP Petikan Resmi Merek juga dapat rampung dalam waktu sepuluh menit.

Direktur Jenderal Kekayaan Intelektual Razilu menjelaskan, untuk mencapai target percepatan ini, DJKI mengintensifkan pelaksanaan tugas dengan menerapkan pengaturan kerja yang fleksibel, baik dari segi waktu maupun tempat. Upaya ini diperkuat dengan pengangkatan 69 tenaga pemeriksa baru, pembentukan Tim Penjaminan Mutu, serta penggunaan sistem IPROLINE untuk menjamin produktivitas dan kualitas pemeriksaan di tengah volume kerja yang tinggi.

"Pelayanan yang cepat dan pasti adalah bentuk nyata komitmen kami untuk mendukung perkembangan usaha dan ekonomi kreatif di Indonesia," kata Razilu.

Direktur Merek dan Indikasi Geografis DJKI Hermansyah Siregar menyampaikan, ke depan DJKI berencana terus mempertahankan bahkan mempercepat waktu penyelesaian permohonan merek. Namun, sebelum target baru ditetapkan, perlu ada perbaikan aplikasi dan pembaruan regulasi.

"Perbaikan terus-menerus di bidang teknologi dan regulasi akan menjadi fondasi utama untuk mempertahankan kecepatan sekaligus menjaga kualitas layanan DJKI kepada masyarakat," Hermansyah mengungkapkan.



Penguatan Hak Cipta dan Indikasi Geografis

Dengan pendekatan serupa, DJKI mengambil langkah yang tak kalah progresif guna memberikan akses yang lebih inklusif dan terjangkau bagi para pencipta, khususnya pelaku ekonomi kreatif, akademisi, dan UMKM. Melalui Peraturan Pemerintah Nomor 45 Tahun 2024, DJKI telah menurunkan tarif pencatatan menjadi Rp200 ribu, dari sebelumnya Rp400 ribu-Rp600 ribu. Penurunan tarif ini dibarengi inovasi digital berupa Persetujuan Otomatis Permohonan Hak Cipta (POP HC) yang mempercepat proses hingga hanya lima menit.

“Penurunan tarif ini sejalan dengan reformasi pelayanan publik. Kami menyederhanakan prosedur, mempercepat proses digital, dan memastikan biaya tidak lagi menjadi hambatan bagi pelaku inovasi,” ujar Direktur Hak Cipta dan Desain Industri Agung Damarsasongko.

Pada saat bersamaan, DJKI memperkenalkan teknologi E-Seal (electronic seal), hasil kerja sama dengan Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN) melalui Balai Besar Sertifikasi Elektronik (BSrE). Peluncuran ini, dilakukan di Graha Pengayoman pada Rabu (4/6). DJKI juga mendorong sinergi dengan pemerintah daerah, perguruan tinggi, dan komunitas kreatif untuk menyosialisasikan manfaat dan kemudahan pencatatan hak cipta.

DJKI tidak hanya mempermudah proses administratif di pusat. Melalui digitalisasi pemeriksaan substantif indikasi geografis, negara kini hadir hingga ke desa-desa penghasil kopi, garam, tenun, dan produk-produk khas lain yang nilai pasarnya sering kali tak sebanding dengan nilai yang melekat di baliknya.

Informasi mengenai tarif baru dan mekanisme pencatatan hak cipta, dapat mengakses situs resmi DJKI di www.dgip.go.id atau menghubungi layanan informasi di nomor yang tersedia.

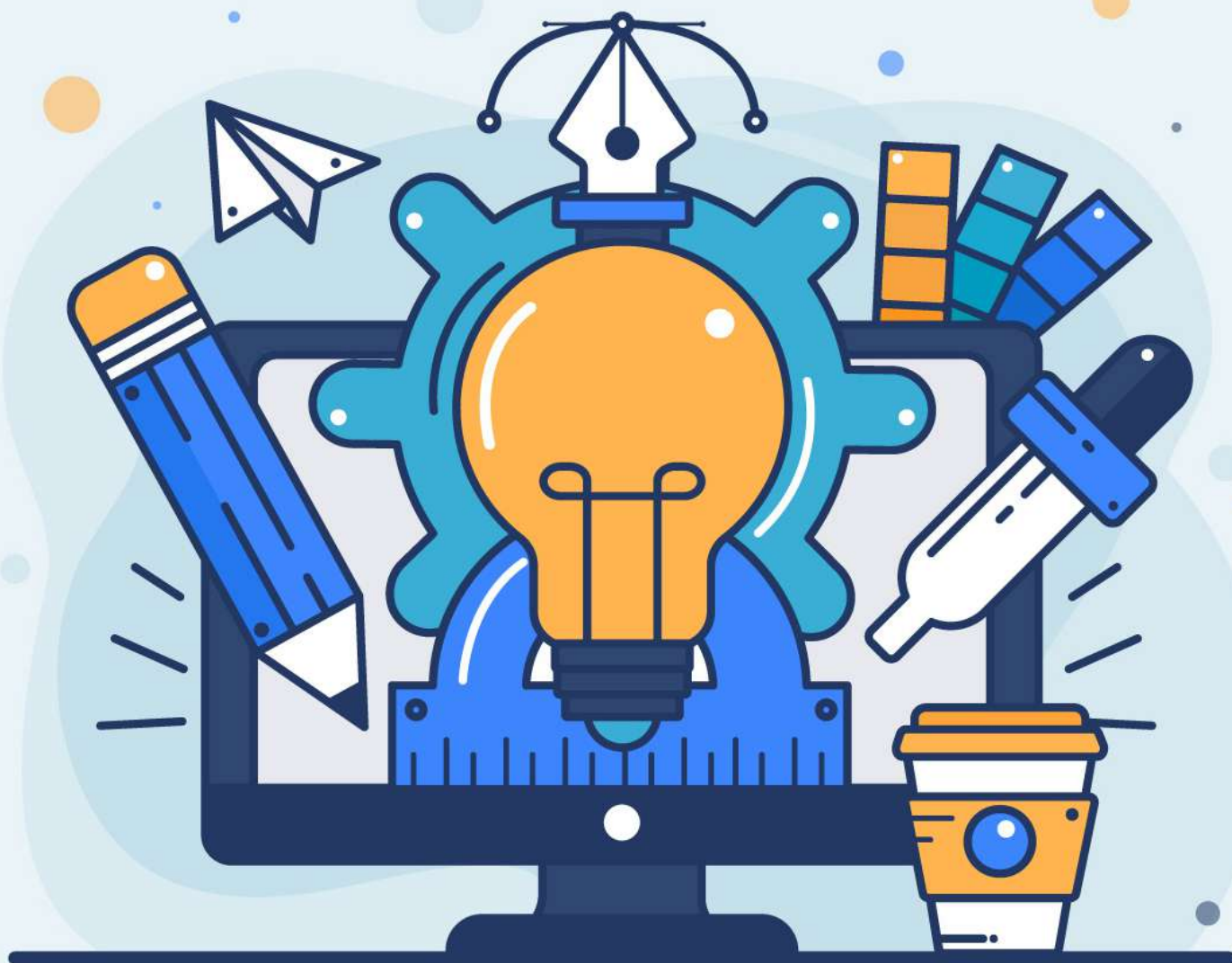
Dalam pemeriksaan substantif indikasi geografis secara daring, misalnya. Pemohon cukup menyiapkan dokumen teknis, deskripsi produk, serta materi presentasi. Proses dilakukan lewat Zoom Meeting dan melibatkan tim ahli dari berbagai latar belakang keilmuan. Pemeriksaan substantif bertujuan untuk menilai kesesuaian dokumen deskripsi dan produk indikasi geografis, dengan kondisi faktual di lapangan. Hingga pertengahan 2025, tercatat total 171 indikasi geografis telah terdaftar di Indonesia.

“Upaya ini merupakan tindak lanjut dari arahan Menteri Hukum untuk melakukan percepatan penyelesaian permohonan indikasi geografis sebagai wujud komitmen untuk tetap melaksanakan tugas dengan optimal, melalui inovasi pelaksanaan pemeriksaan secara daring,” tutur Hermansyah Siregar pada Sosialisasi Pemeriksaan Substantif Indikasi Geografis pada Kamis (12/6).

Ketua Tim Ahli Indikasi Geografis Awang Maharijaya menjelaskan, indikasi geografis merupakan tanda yang menunjukkan asal suatu produk yang kualitas, reputasi, atau karakteristiknya berkaitan erat dengan faktor lingkungan geografis maupun budaya masyarakat setempat; atau kombinasi keduanya.

DJKI juga mendorong agar pemohon aktif mencantumkan logo indikasi geografis pada kemasan produk untuk memperkuat daya saing di pasar global. Bagaimanapun, perlindungan hukum hanya efektif jika disertai strategi *branding* yang menyuarkan nilai lokal ke kancah nasional dan internasional.

“Logo indikasi geografis bukan hanya label, tetapi simbol dari mutu, keaslian, dan identitas budaya yang dilindungi oleh hukum,” pungkas Awang.



Inkubator Kreatif dan Kekayaan Intelektual Jadi Arah Baru Komersialisasi Inovasi di Indonesia

Fokus pada pendampingan sejak tahap ide hingga komersialisasi.

Pada sektor industri kreatif, perlindungan terhadap kekayaan intelektual telah menjadi syarat penting untuk memastikan sebuah ciptaan dapat dikomersialisasi secara adil dan berkelanjutan. Inilah yang mendasari tumbuhnya inkubator bisnis kreatif—sebuah program terstruktur yang fokus pada upaya pendampingan dan pengembangan pelaku usaha.

Merujuk Pasal 1 Nomor 6 Peraturan Pemerintah No. 24 Tahun 2022 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-undang No. 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif, kekayaan intelektual didefinisikan sebagai 'aset' yang lahir dari kemampuan cipta, rasa, dan karsa manusia. KI yang dimaksud, dapat berupa karya di bidang teknologi, ilmu pengetahuan, seni, dan sastra. Dengan pendekatan ini, inkubator bukan sekadar wadah pelatihan manajemen bisnis dan pemasaran, tetapi juga bantuan hukum terkait perlindungan kekayaan intelektual, akses terhadap pembiayaan dan investor, fasilitas pendaftaran kekayaan intelektual, serta pembentukan jejaring pasar dan kolaborasi industri.

Data dari Bali Creative Industry Center (BCIC) menunjukkan, inkubasi yang baik mampu mendorong pelaku usaha untuk naik kelas melalui optimalisasi aset intelektual.

Sementara itu, kajian dari Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah menegaskan bahwa kualitas inkubator ditentukan oleh ketersediaan sistem pencatatan, layanan valuasi, dan kesiapan SDM yang memahami tata kelola KI secara strategis. Inkubator, dalam konteks ini, menjelma menjadi peta jalan yang menjembatani kreativitas dan nilai ekonomi.

1. Sinergi BRIN dan Kemenkumham

Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN) memiliki kebijakan strategis terkait perlindungan dan valuasi kekayaan intelektual yang dirancang untuk mendorong pengakuan, transfer teknologi, hingga komersialisasi hasil riset.

Inkubator kreatif memfasilitasi kolaborasi antara BRIN dan Kemenkumham dalam perlindungan hingga pemanfaatan kekayaan intelektual secara komersial. Sinergi ini membentuk ekosistem manajemen data dan kapasitas sumber daya manusia untuk mempercepat alih teknologi dan mendorong nilai ekonomi hasil riset.

BRIN menetapkan kebijakan strategis yang mengintegrasikan valuasi aset kekayaan intelektual sejak tahap awal riset hingga komersialisasi. Ini membantu mengukur nilai ekonomi, menarik investor, serta menjadikan kekayaan intelektual sebagai alat untuk akses pembiayaan seperti jaminan kredit.



2. Program Inkubator dan Akselerasi Telkom Indonesia lewat Indigo

Indigo merupakan program inkubasi/akselerasi *startup* dengan program pengembangan *startup end-to-end* yang dimulai dengan kegiatan *nurturing creativity* pada tahap *pre-startup*, inkubasi/akselerasi *startup*, hingga program sinergi bisnis dan investasi lanjutan atau *follow-on-funding*. Program inkubasi/akselerasi *startup* digital Indigo ini pertama kali diadakan pada 2013. Secara konsisten, Indigo melaksanakan *startup batch intake* sebanyak dua kali setiap tahunnya.

3. Mark Plus Institute

Selama bertahun-tahun Mark Plus menyelenggarakan Creative Thinking for Business Growth untuk mengasah kemampuan berpikir kreatif para generasi muda untuk menghasilkan ide *out of the box* guna meningkatkan produktivitas kerja. Kelas ini membantu para pesertanya untuk berinovasi, dimulai dari pemikiran kreatif.



4. Program Unggulan Kemenparekraf 'HATCH' Lokakarya Kreator Kekayaan Intelektual

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) memiliki satu program unggulan yang fokus pada lokakarya singkat bagi para kreator kekayaan intelektual. Program bernama HATCH itu, mencakup komik, ilustrasi, *game*, buku, maupun film yang diinisiasi platform Katapel.id bersama Universitas Multimedia Nusantara, serta didukung oleh Kemendikbud dan Kedai Reka.

HATCH fokus pada pematangan konsep dan ide, pengembangan karakter dan cerita, persiapan bisnis/ komersialisasi kekayaan intelektual, hingga persiapan kerja tim.

5. ICINC Bekraf

Indonesia Creative Incorporated (ICINC) adalah program BEKRAF yang bertujuan mempromosikan karya dan pelaku kreatif unggulan agar menembus pasar global. Melalui subprogram ICINC, Indonesia Rising, BEKRAF berkolaborasi dengan 88rising untuk membawa musisi berbakat Indonesia menembus ekosistem musik global.

Bekraf juga meluncurkan buku direktori berjudul *ICINC for You* yang disiapkan sebagai panduan pelaku ekonomi kreatif untuk memasarkan produk dan layanannya ke pasar internasional.

7. Program Unggulan DJKI dalam Pengembangan Kekayaan Intelektual

DJKI diberikan mandat oleh pemerintah melalui Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/ BAPPENAS untuk mewujudkan Asta Cita Pemerintahan Presiden RI 2024-2029 dalam penyusunan Naskah Konsepsi Rancangan Peraturan Presiden mengenai Roadmap Pengembangan Kekayaan Intelektual di Indonesia. Konsepsi ini akan menjadi rencana penting pemerintah dalam membangun ekosistem kreatif di Indonesia hingga 2045.

DJKI menetapkan Tahun Hak Cipta dan Desain Industri sebagai tema besar, dengan fokus pada sejumlah program strategis pada 2025. Program unggulan tersebut meliputi Jelajah Kekayaan Intelektual Indonesia, Akselerasi Penyelesaian Permohonan Kekayaan Intelektual, Kawasan Berbasis Kekayaan Intelektual (KBKI), Akselerasi Penyelesaian Permohonan Intelektual Selain itu, program penguatan kompetensi sumber daya manusia, edukasi masyarakat, Klinik Kekayaan Intelektual Bergerak (KKIB), penegakan hukum kekayaan intelektual, dan transformasi layanan berbasis IT akan terus didorong untuk mencapai tujuan bersama.





Andaliman Pulo Samosir: Perjalanan dari Dapur Tradisi Menuju Peta Ekspor

Menjaga jati diri bangsa melalui pendaftaran indikasi geografis.

Andaliman mungkin bukan bintang utama di pasar rempah. 'Merica Batak' ini tidak setenar pala atau lada. Namun, bagi masyarakat Batak, keberadaan andaliman lebih dari sekadar bumbu masakan arsik atau naniura. Rempah ini telah menjadi bagian integral dalam masakan tradisional masyarakat Batak dan kini, menjadi aset ekonomi yang potensial.

Pada 24 April 2025, Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) melalui Direktorat Merek dan Indikasi Geografis telah mengambil langkah krusial untuk memastikan rempah ini mendapatkan perlindungan hukum. Kunjungan lapangan yang dipimpin langsung Direktur Merek dan Indikasi Geografis Hermansyah Siregar dan Tim Ahli Indikasi Geografis ke Kabupaten Samosir menjadi babak penting dari proses panjang yang diinisiasi Masyarakat Pelindungan Indikasi Geografis Andaliman Pulo Samosir.

Pemeriksaan substantif merupakan tahap verifikasi akhir untuk memastikan karakteristik dan reputasi andaliman Pulo Samosir sesuai dengan dokumen deskripsi permohonan. Hermansyah Siregar mengatakan, dukungan penuh dari Pemerintah Daerah Kabupaten Samosir diperlukan, agar andaliman Pulo Samosir semakin dikenal di pasar global.



"Andaliman Pulo Samosir merupakan indikasi geografis kedua setelah kopi arabika Pulo Samosir yang sudah lebih dahulu terdaftar pada 2018. Diharapkan andaliman Pulo Samosir bisa segera terdaftar menjadi produk indikasi geografis yang bisa memajukan ekonomi masyarakat lokal," ujar Tim Ahli Indikasi Geografis Irma Mariana.

Sebagai produk yang memiliki karakteristik khas dan keunggulan mutu yang dipengaruhi faktor geografis—termasuk kondisi alam dan pengetahuan tradisional masyarakat setempat—andaliman Pulo Samosir punya profil rasa dan aroma yang khas. Ia menyerupai lada, tetapi punya sensasi rasa segar yang tajam dan sedikit efek kebas atau getir di lidah.

Saat ini, andaliman Pulo Samosir juga digemari konsumen dari benua Eropa. Rempah ini sudah diekspor ke negara-negara seperti Jerman dan Prancis, bahkan dibidik pasar Inggris mencapai 150 ton per tahun. Namun, permintaan ini belum disanggupi oleh MPIG, karena sejumlah keterbatasan.

"Secara keseluruhan, Dokumen Deskripsi sudah dianggap baik dan memenuhi persyaratan. Setelah diperiksa ke lapangan, semua sesuai dengan Dokumen Deskripsi dengan kekurangan minor, sehingga andaliman Pulo Samosir telah memenuhi kriteria untuk dilindungi sebagai indikasi geografis berdasarkan karakteristik, kualitas, dan reputasinya," Hermansyah menjelaskan.



Lebih dari Sekadar Label

Indikasi geografis merupakan pengakuan atas keterikatan sebuah produk dengan tempat asal. Persoalannya, tidak terbatas pada identitas dan keberlanjutan, tetapi juga pemanfaatan ekonomi. Pada 2024, DJKI Kementerian Hukum RI berhasil mendaftarkan total 182 produk indikasi geografis, terdiri atas 61 permohonan indikasi geografis dan 44 indikasi terdaftar. Namun, Hermansyah menilai, pencapaian tersebut belumlah cukup. Masih ada banyak tantangan yang harus dihadapi dalam pengembangan dan perlindungan produk indikasi geografis di Indonesia. Ke depannya, akan ada rencana revisi dan pemisahan

Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis, yang diharapkan mampu memperkuat kerangka hukum perlindungan indikasi geografis di Indonesia.



Sepanjang 2025, DJKI telah mengimplementasikan sejumlah program kerja. Inisiatif-inisiatif penting seperti Bantuan Teknis Penyusunan Dokumen Deskripsi Indikasi Geografis, Pemeriksaan Substantif Permohonan Indikasi Geografis, Inkubasi Indikasi Geografis, Bisnis Forum Indikasi Geografis, hingga pengembangan Kawasan Wisata Berbasis Kekayaan Intelektual (KI) akan terus dilakukan. Di samping itu, Direktorat Merek dan Indikasi Geografis juga memiliki program unggulan bernama GI PROFIT GROWTH yang telah diselaraskan dengan tahapan Peta Jalan Indikasi Geografis Nasional 2025-2029 serta Tren Rencana Strategis DJKI. Fokus utamanya, yaitu digitalisasi, kolaborasi lintas sektor, dan peningkatan perlindungan serta daya saing produk indikasi geografis.

"Tujuan dari program ini adalah untuk meningkatkan pertumbuhan pendaftaran dan pengakuan indikasi geografis, memanfaatkan ekonomi dan komersialisasi, serta memastikan jaminan mutu dan keberlanjutan produk indikasi geografis," ujar Hermansyah pada Rapat Awal Tahun bersama Tim Ahli dan Tim Pengawasan Indikasi Geografis, Selasa (14/1).

Bupati Samosir Vandiko Timotius Gultom menyambut baik upaya DJKI. Dalam pertemuan di Kantor Bupati Samosir pada Kamis (24/4), ia menegaskan komitmen pemerintah daerah untuk mendukung penuh petani andaliman di Pulau Samosir.

"Gubernur Bobby Nasution juga mengakui bahwa andaliman ini merupakan tanaman endemik di kawasan Sumatera Utara, sehingga sudah sepatutnya andaliman di Samosir bisa mendapatkan indikasi geografis untuk membuat nilai tambah pada andaliman yang ada di Kab. Samosir," pungkas Vandiko.

Sengkarut 'First to File' dalam Kasus Arc'teryx, Apa yang Dapat Kita Pelajari dari Sana?

Merek dunia bisa jadi pendatang ilegal, hanya karena kalah cepat mendaftar.

Dugaan pembajakan merek Arc'teryx di Indonesia telah menyita perhatian dalam diskursus perlindungan kekayaan intelektual. Di Indonesia, ikon perlengkapan *outdoor* asal Kanada justru harus merintis lagi reputasi globalnya. Bukan karena kalah bersaing atau kehilangan peminat, tetapi karena kalah cepat mendaftarkan mereknya sendiri. Kini, nama Arc'teryx justru dimiliki oleh perusahaan asal Tiongkok, China Perfect Supply Chain Co. Limited. Secara hukum, Arc'teryx bukan lagi milik Arc'teryx.

Pada 2019, China Perfect Supply Chain Co. Limited mendaftarkan Arc'teryx ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum RI. Tidak ada gugatan atau pernyataan keberatan selama masa publikasi. Padahal, prosedur keberatan ini merupakan mekanisme yang tersedia, guna mencegah pendaftaran merek oleh pihak yang tidak berhak. Empat tahun

kemudian, mereka membuka gerai pertama di Bali, meski tanpa satu pun keterkaitan dengan produsen aslinya di Kanada.

Pihak Arc'teryx Pusat (Kanada) membenarkan, toko tersebut bukan bagian dari jaringan resmi mereka. Tidak ada garansi resmi. Mereka juga memastikan, belum pernah melakukan pendaftaran merek di Indonesia.

Direktur Merek dan Indikasi Geografis DJKI Hermansyah Siregar menjelaskan, prinsip perlindungan merek di Indonesia adalah teritorial dan *first to file*. Teritorial, artinya sebuah merek dapat terlindungi di negara tempat merek tersebut terdaftar atau tercatat secara sah dan resmi.

"Karena perusahaan asal Kanada tidak mendaftarkan mereknya di Indonesia, maka perusahaan asal Tiongkok yang lebih dulu mengajukan pendaftaran pada 2019, berhak atas



Siapa Cepat, Dia yang Dapat

Dalam sistem perlindungan merek Indonesia, yang lebih dulu mengajukan permohonan pendaftaran ke kantor merek menjadi pihak yang berhak mendapatkan hak atas merek (*first to file*). Hal ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Berbeda dengan sistem *first to use* di beberapa negara, Indonesia menempatkan prioritas pada pendaftaran, bukan pada penggunaan kali pertama suatu merek.

Untuk dapat terdaftar, sebuah merek harus melalui sejumlah tahap, di antaranya pemeriksaan formalitas, pengumuman, pemeriksaan substansif, persetujuan menteri, hingga penerbitan sertifikat.

Sertifikat ini penting sebagai bukti autentik kepemilikan merek yang diakui hukum Indonesia. Dengan dokumen tersebut, pemilik dapat mengizinkan atau melarang penggunaan merek oleh siapa pun, menggugat pelanggar, bahkan menjual atau melisensikannya secara eksklusif. Jika terjadi sengketa, pemilik juga berada di posisi yang lebih kuat dalam pembuktian.

Dalam kasus merek asing, DJKI menilai, proses pendaftaran merek di

Indonesia sudah cukup transparan. Setiap permohonan akan melalui masa publikasi selama dua bulan, di mana siapa pun pihak yang berkepentingan dapat mengajukan keberatan. Namun, dalam kasus Arc'teryx, tidak ada keberatan yang diajukan selama masa publikasi berlangsung.

Saat ini, Arc'teryx Pusat tidak dapat lagi mengajukan keberatan karena masa publikasi telah berakhir. Mereka tidak memiliki dasar hukum untuk menuntut hak atas mereknya di Indonesia, kecuali melalui mekanisme gugatan pembatalan di Pengadilan Niaga. Mengacu pada Pasal 76 UU Merek, pemilik merek dapat mengajukan pembatalan jika ada indikasi iktidak tidak baik dalam proses pendaftaran. Hingga sekarang, DJKI belum menerima keberatan atau aduan resmi dari pihak Arc'teryx terkait kepemilikan merek tersebut di Indonesia.

"Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis telah mengatur mekanisme pendaftaran dan penyelesaian sengketa merek, sehingga langkah-langkah yang diambil harus sesuai dengan ketentuan yang berlaku," Hermansyah menambahkan.

Mengenai kemungkinan Arc'teryx pusat memperoleh kembali hak atas mereknya di Indonesia, hal itu bisa terjadi apabila gugatan pembatalan yang diajukan di Pengadilan Niaga



dikabulkan.

Tidak Serta Merta Menerima Seluruh Pendaftaran Merek

Meski Indonesia menganut prinsip *first to file*, DJKI tidak serta merta akan menerima seluruh pendaftaran merek. Permohonan pendaftaran merek bisa saja ditolak, jika dalam proses pemeriksaan ditemukan unsur iktikad tidak baik. Misalnya, permohonan merek dalam bentuk logo yang memiliki susunan warna, bentuk tulisan, atau gambar dengan merek pihak lain atau yang sudah dikenal masyarakat secara umum. Kendati berbeda, ada sejumlah unsur yang memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhan.

DJKI terus berupaya mengedukasi pemilik merek asing agar segera mendaftarkan mereknya di Indonesia, terlebih jika mereka memiliki rencana ekspansi di pasar domestik. Sayangnya, kurangnya pengetahuan pelaku usaha global tentang sistem merek di negara-negara lain, biaya dan kompleksitas pendaftaran lintas negara, hingga implementasi sistem Madrid Protocol yang belum ideal kerap menjadi tantangan. Ini artinya, mengandalkan kualitas, reputasi, dan nama besar belum cukup untuk memenangkan pasar.

“Kami menekankan bahwa prinsip perlindungan merek adalah teritorial dan *first to file*. Pemilik merek asing harus segera mendaftarkan mereknya di Indonesia jika ingin berusaha di sini,” ujar Hermansyah.

Indonesia memang bukan satu-satunya negara yang menganut sistem *first to file*, tetapi kasus Arc'teryx seharusnya jadi alarm keras. IKEA, Crocs, Manolo Blahnik—sebelumnya juga pernah mengalami hal serupa. Kesalahan yang sama: lalai mendaftarkan merek sejak awal. Bagaimanapun, kekayaan intelektual tidak hanya berhenti pada proses penciptaan. Harus ada strategi dan pengelolaan proaktif, bukan hanya di negara asal, tetapi juga di pasar potensial.

Bagi pemilik merek yang merasa mereknya ditiru atau diplagiasi oleh pihak lain, dapat mengajukan ke DJKI di laman pengaduan. dgip.go.id untuk dapat ditindaklanjuti dan mendapatkan pendampingan.



Foto :
<https://filmjumbo.com>

VISINEMA
JUMBO

Jumbo dan Misi Produk yang Tak Lekang oleh Waktu

Petualangan Don, Mae, dan Nurman belum akan berakhir. Setelah mampu memikat hati jutaan orang Indonesia, karakter animasi dari film *Jumbo* karya sutradara Ryan Adriandhy itu juga bakal menghibur penonton di 17 negara lain, dari Eropa, Asia, hingga Rusia.

Tak hanya berhenti di layar lebar, wajah para tokoh *Jumbo* juga direncanakan menghiasi berbagai produk. Dari konten digital, film *spin-off*, gim, hingga barang *merchandise* dan produk komersial yang mendunia.

Itulah strategi yang dirancang oleh tim produksi *Jumbo* dari Visinema Studios. Mereka ingin menjadikan tokoh anak-anak di film *Jumbo*, seperti Don, Mae, Nurman, hingga Atta, sebagai *'evergreen IP'* atau kekayaan intelektual yang berkelanjutan dan mendunia.

Foto :
<https://filmjumbo.com>



Lewat status *evergreen IP*, suatu karakter animasi menjadi produk kekayaan intelektual dengan nilai tambah dan daya tarik yang tak lekang oleh waktu. Artinya, mereka bisa terus dimonetisasi dalam berbagai bentuk komersial. Para karakter tidak hanya hidup dalam cerita di layar lebar, tetapi menjadi bagian dari ekosistem bisnis yang menguntungkan dan berjangka panjang.

Contoh animasi ternama yang berhasil di pasaran global seperti Disney dengan karakter Mickey Mouse (Amerika Serikat), Sanrio dengan Hello Kitty (Jepang), dan Fujiko F Fujio dengan Doraemon (Jepang).

Dilansir dari SWA, CEO Visinema Studios Herry Budiazhari Salim mengatakan bahwa pengembangan *Jumbo* sebagai *evergreen IP* telah direncanakan dengan matang. Tim produksi telah menyiapkan berbagai opsi pengembangan IP dan produk turunannya.

Mereka juga melakukan analisis mendalam tentang preferensi penggemar untuk menciptakan ekosistem konten dan produk *Jumbo* yang relevan dan 'direstui' penonton. Salah satu bentuk awalnya adalah kolaborasi dengan produsen es krim Walls untuk menciptakan varian rasa Paddle Pop bergambar tokoh utama *Jumbo*, Don.

"Kami berharap semakin banyak teman-teman di industri kreatif yang melakukan hal serupa, karena

peluang Indonesia untuk memiliki *evergreen IP* di masa depan masih sangat besar," ujar Herry dalam konferensi pers film *Jumbo* di kawasan Setiabudi, Jakarta, 13 Maret 2025.

Herry mengatakan, sejauh ini, karakter animasi yang memiliki *evergreen IP* umumnya adalah film-film Barat dan Jepang. Dengan talenta di bidang animasi yang semakin banyak dan mendunia, Indonesia sebenarnya memiliki peluang besar untuk bisa melakukan hal yang sama.

"Mudah-mudahan, *Jumbo* menjadi langkah awal untuk Indonesia juga punya *evergreen IP*. Bukan hanya menjadi tuan rumah di Indonesia, tapi juga dikenal di mancanegara," katanya.

Eksansi Global Dimulai

Saat ini, *Jumbo* telah memulai ekspansinya secara global. Mulai awal Juni 2025, film animasi yang proses pembuatannya memakan

waktu lima tahun itu sudah tayang di negara-negara Eropa Timur dan Asia Tengah, seperti Rusia, Belarus, Uzbekistan, dan Kyrgyzstan.

Di Indonesia, *Jumbo* telah resmi menjadi film Indonesia paling laris sepanjang masa. Per awal Juni 2025, *Jumbo* resmi mengalahkan *KKN di Desa Penari* (2022) yang sejak 2023 menjadi film Indonesia yang terlaris di dalam negeri dengan 10.061.033 penonton.

Jumbo juga kini menjadi film kedua yang paling laris di Indonesia, di bawah *Avengers: Endgame* yang sejak 2019 bertengger di puncak film terlaris di Indonesia dengan 10.976.338 penonton.

Animasi merupakan salah satu karya cipta yang berkaitan erat dengan kekayaan intelektual. Dari proses penciptaannya, penayangannya di layar lebar dan layar kaca, sampai sesudah itu. Bagi animator dan pencipta karya, pengurusan hak kekayaan intelektual itu bisa menjadi 'kekayaan' yang diwariskan bagi generasi berikutnya.

Pemilik Timeline Studio Bali dan Animator Agung Oka Sudarsana, mengatakan, **ketika seorang animator memiliki hak intelektual atas suatu karakter animasi, segala keuntungan dari karakter yang dibuat itu bisa diwariskan ke anak cucu.**

Ia memberi contoh, Fujiko F Fujio sebagai pencipta Doraemon. “Ketika dia meninggal dunia, haknya diberikan atau dialihkan kepada anaknya. Itu menunjukkan betapa besarnya nilai dari sebuah hak cipta,” kata Oka, sebagaimana dilansir dari situs *Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) Kementerian Hukum*.

Direktur Hak Cipta dan Desain Industri Agung Damarsasongko menitipkan pesan kepada seluruh kreator Indonesia agar melindungi kekayaan intelektual atas produk yang sudah diciptakan. “Pelindungan hukum terhadap karya sangat krusial dalam mewujudkan kesejahteraan dan keberlanjutan industri perfilman,” ucapnya.

Kampanye Berkelanjutan

Namun, belajar dari animasi yang sudah terlebih dahulu mengurus kekayaan intelektualnya, tantangan yang dihadapi memang tidak mudah. Apalagi jika karakter animasi tersebut sudah begitu tersohor.

Hello Kitty, misalnya. Tokoh kucing dengan ciri khas pita di telinga sebelah kiri itu sering dipalsukan dalam bentuk beragam produk di berbagai negara. Untuk menjaga kekayaan intelektual karakter yang telah ‘hidup’ di tengah masyarakat dunia sejak 1975 itu, kreatornya pun mesti terus-menerus melakukan kampanye berkelanjutan.

Baru-baru ini, misalnya, perusahaan hiburan asal Jepang, Sanrio, yang memiliki hak kekayaan intelektual atas Hello Kitty, meluncurkan kampanye lintas negara untuk memerangi peredaran barang palsu dan memperkuat perlindungan kekayaan intelektualnya. Kampanye itu diadakan di Singapura, Thailand, dan Indonesia. Asia Tenggara memang merupakan salah satu pasar utama untuk Hello Kitty.

Dilansir dari kantor berita *Antara*, Sanrio berupaya mengedukasi para pelanggan dan mitra bisnisnya mengenai pentingnya hak kekayaan intelektual dan risiko yang dimunculkan dari peredaran produk palsu kepada pelanggaran. Mulai dari kualitas produk yang di bawah standar sampai potensi isu atas keamanan produk.

Sebagai bagian dari kampanye pemasaran, Sanrio meluncurkan iklan digital di sejumlah lokasi publik yang strategis. Antara lain, di transportasi umum seperti kawasan transit Dukuh Atas di Jakarta, Bandara Changi Singapura, dan CentralWorld di Bangkok. Sanrio juga berkolaborasi dengan kreator digital di masing-masing negara.



Foto :
<https://filmjumbo.com>

Dari Sendok Sampai *Superhero*: Wajah Lain Hak Cipta dan Desain Industri

Hanya lewat perlindungan hukum, kreativitas dapat bertahan, dikenali, dan bernilai.

Indonesia mencatatkan pertumbuhan signifikan dalam permohonan hak cipta dan desain industri. Ada lebih dari 100 ribu permohonan hak cipta yang masuk setiap tahun. Sementara itu, permohonan desain industri mengalami lonjakan sejak sistem pendaftaran online diperkenalkan. Pelindungan keduanya sendiri, tak semata soal menghindari penjiplakan, tetapi juga tentang menciptakan ekosistem yang produktif bagi pencipta dan konsumen.

Fakta-fakta ini mungkin tampak remeh bagi sebagian orang. Namun, justru dari sinilah kita bisa belajar tentang penting dan luasnya spektrum pelindungan kekayaan intelektual.

1. Bukan demi Seniman, tapi untuk Atur Penerbitan

Undang-Undang Hak Cipta pertama lahir bukan semata untuk melindungi penulis. Mulanya, regulasi ini justru menjadi respons atas kekhawatiran pemerintah terhadap monopoli cetak oleh penerbit. Pada 1710, Statute of Anne di Inggris menjadi tonggak pertama yang memberikan hak eksklusif untuk penulis. Nah, undang-undang ini kemudian menginspirasi sistem pelindungan karya di banyak negara lain.



2. Desain Industri Pertama: Sendok Makan

Pada 1840, sendok makan menjadi produk desain industri pertama yang tercatat resmi di Inggris. Motif dan lekukan uniknya dianggap cukup unik dan dapat dibedakan dari produk lain. Sejak saat itu, ribuan produk rumah tangga—dari teko hingga setrika—bisa didaftarkan dan mendapatkan perlindungan eksklusif, selama mengandung unsur orisinalitas, ciri khas dari segi tampilan, dan memiliki fungsi.

3. Hello Kitty: Diam sebagai Strategi

Karakter ikonik dari Jepang ini memang sengaja dirancang tanpa mulut. Menurut Sanrio, tujuannya adalah agar Hello Kitty menjadi 'kanvas emosional' bagi siapa pun yang melihatnya. Karakter ini dapat terlihat sedih, gembira, atau netral—tergantung suasana hati si pelihat. Strategi visual ini sudah dilindungi secara resmi, sebagai bagian dari identitas desain.

4. Satu Karakter, Banyak Pelindungan

Perusahaan seperti Marvel atau DC mendaftarkan setiap versi kostum yang digunakan tokoh *superhero*-nya. Bahkan, tiap versi desain kostum mereka—mulai dari perubahan warna, logo dada, hingga tekstur bahan—terdaftar sebagai entitas hukum tersendiri. Sebagai contoh, Superman era 1978 dan Superman versi *Man of Steel* memiliki pelindungan terpisah. Adapun pelindungan ini penting, terutama untuk lisensi dagang dan pengembangan produk turunan.

5. Dua Detik Intro Netflix Sudah Dilindungi

Intro khas berdurasi dua detik telah terdaftar sebagai *sound trademark*. Bukan hanya di Amerika Serikat, tetapi juga di berbagai yurisdiksi lain. Ini artinya, sama seperti logo atau merek, suara yang menjadi identitas audio ini tidak boleh digunakan atau ditiru tanpa izin. Netflix merancang suara ini untuk menciptakan sensasi dramatis, sekaligus mengingatkan pengguna akan pengalaman menonton yang khas.





Pelindungan kekayaan intelektual manakah yang cocok untuk produk-produk di bawah ini?

Cover Album Musik



Hak Cipta

Resep KFC



Desain Industri

Tutup Botol



Rahasia Dagang

Logo



Merek

Andaliman Pulo Samosir



Paten Sederhana

Tenun Baduy



Indikasi Geografis

Furnitur



Kekayaan Intelektual Komunal

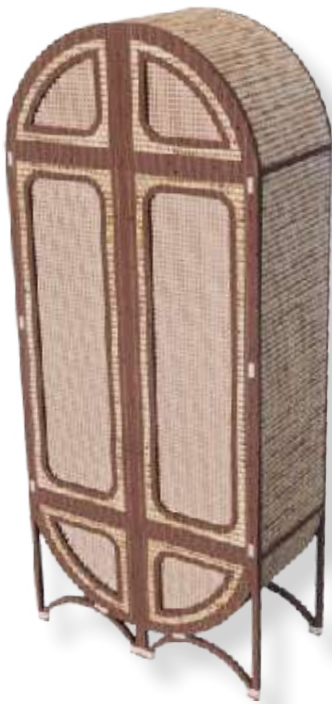
Produk Lokal Kreatif Nan Estetik

Pertimbangkan nilai tambah ketika memilih produk lokal.

Pertimbangan saat memilih sebuah produk, sering kali melampaui soal fungsi. Rasa nyaman, tampilan yang enak dipandang, hingga nilai secara kultural turut memengaruhi keputusan kita. Di rumah maupun ruang publik, sebuah produk dapat menjadi penanda selera sekaligus cerminan identitas. Apalagi, jika desainnya menggabungkan unsur lokal dengan pendekatan modern yang fungsional. Berikut adalah sejumlah produk karya anak bangsa, yang dapat menjadi rekomendasi Anda.

1. Anyaman Kepala Kijang

Tanpa penyangga atau rangka besi, desain asal Kabupaten Cirebon, Jawa Barat ini ringan, tetapi kukuh. Setiap helai anyamannya, membentuk struktur kepala kijang yang elegan—cocok dijadikan elemen dekorasi dinding yang merepresentasikan kearifan lokal, sekaligus detail pengerjaan.



2. Lemari Rotan

Fungsi utamanya untuk kebutuhan penyimpanan pakaian dan aksesoris. Nah, untuk memaksimalkan tujuan tersebut, lemari rotan asal Buahbatu ini memiliki ruang yang tertutup rapat agar isi tetap bersih dan terorganisasi. Sebagai pemanis, desain bergaya *vintage-tropis* menyuguhkan nuansa nostalgia, dengan bentuk yang tetap relevan di masa kini.

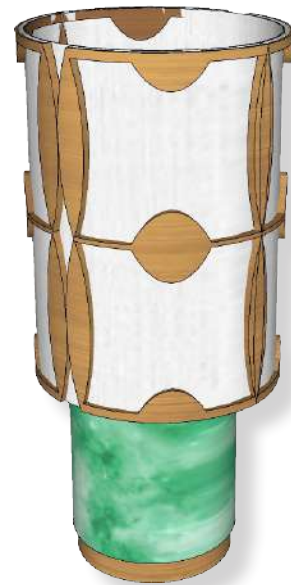
3. Tas Keranjang Kombinasi Batok Kelapa dan Ketak

Wadah barang bawaan ini dapat menjadi karya seni yang memadukan kekayaan alam dan kearifan lokal. Bahan utamanya, batok kelapa yang dibentuk dan dipoles hingga berkilau; dipadukan anyaman ketak dengan teknik tradisional Lombok yang lentur tetapi kuat. Struktur keranjangnya, memberikan kesan kukuh, tetapi tetap anggun. Apalagi, tekstur batok kelapa yang unik menjadikan motif tas tidak pernah sama. Produk asal Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat ini cocok untuk pecinta gaya etnik modern.



4. Lampu Meja Dekoratif Upcycle

Dirancang dengan konsep *upcycle*, kap lampu terbuat dari perpaduan limbah logam sisa *laser cutting* dan kain tenun tradisional. Cahayanya hangat, sekaligus menciptakan visual yang kuat dan penuh karakter.



5. Jam Kayu Kailoka Kala NFC

Fitur *Near Field Communication* (NFC) terintegrasi secara elegan, memungkinkan pengguna menampilkan kartu nama digital dengan satu sentuhan. Cukup dekatkan ponsel, dan informasi personal atau profesional dapat langsung diakses—cocok untuk pemilik usaha kreatif, pegiat *personal branding*, hingga pengguna yang ingin tampil unik, tetapi tetap praktis.



6. Bangku Enceng Gondok

Bangku ini terbuat dari anyaman eceng gondok yang dipilih selektif. Dengan bahan alam yang tumbuh cepat dan mudah diperbarui; produk ini mendukung gaya hidup berkelanjutan dan mengusung semangat ramah lingkungan. Desainnya pun, tidak hanya menonjolkan estetika khas negara tropis, tetapi juga memperhatikan kekuatan struktur dan kenyamanan duduk.



Asli atau Palsu, Ini Cara Kenali *Action Figure* Berkualitas Koleksi

Memberi nilai pada karakter favorit, sekaligus penghargaan terhadap orisinalitas karya.

Minat terhadap *action figure* melambung dalam beberapa tahun terakhir. Jika dahulu dianggap mainan, kini *action figure* jadi objek koleksi serius yang diburu kolektor. Beberapa bahkan diperlakukan layaknya karya seni, apalagi jika berasal dari lini resmi seperti Bandai, Hasbro, atau Hot Toys. Nilai jualnya bisa melonjak tajam, khususnya untuk rilisan terbatas atau edisi kolaborasi khusus.

Pada sisi bersamaan, peredaran *action figure* palsu juga main marak. Bedanya tak selalu kasat mata. Banyak orang baru sadar—apalagi bagi yang baru terjun—setelah warnanya pudar, sendi patah, atau kemasan terlihat janggal. Nah, agar tak salah beli, berikut sejumlah hal yang perlu diperhatikan agar *action figure* yang Anda incar benar-benar orisinal.



1. Perhatikan Kemasan

Produk asli selalu menyertakan informasi pabrikan yang jelas: nama merek, lisensi resmi, dan kode produksi. Kemasannya pun dicetak rapi dan presisi. Sebaliknya, versi tiruan biasanya punya kemasan buram, salah *ketik*, atau logo yang dimodifikasi agar terlihat mirip dengan yang asli.

2. Jangan Tergiur Harga Murah

Jika Anda menemukan *action figure* dijual hanya sepertiga dari harga normal, kemungkinan besar itu bukan barang resmi. Produk orisinal biasanya punya harga pasar yang relatif konsisten. Penawaran yang terlalu rendah patut diwaspadai, kecuali disertai bukti keaslian dan reputasi penjual yang baik.

3. Amati Detail

Ciri paling jelas dapat dilihat dari kualitas cetakan. *Action figure* resmi memiliki detail wajah yang tajam dan pewarnaan yang presisi. Versi palsu sering kali tampak kasar, warna belang, atau bentuk tidak presisi. Catnya juga lebih cepat pudar dan mudah mengelupas.

4. Cek Bagian Sendi

Action figure orisinal dirancang dengan artikulasi yang halus, tetapi kukuh. Bagian seperti siku, lutut, atau leher dapat bergerak mulus dan proporsional. Sementara versi tiruan, sering kali punya engsel yang longgar, kaku, atau tidak sejajar. Ini bisa menyebabkan pose tidak stabil dan rawan patah.

5. Gunakan Forum atau Komunitas sebagai Rujukan

Sebelum membeli, cek dulu ulasan di sejumlah forum kolektor dan komunitas lokal. Banyak kolektor senior yang sukarela berbagi tips identifikasi bahkan foto perbandingan antara versi asli dan tiruan. Mereka juga tak segan untuk merekomendasikan penjual terpercaya.

Foto :
vcteezy



KEMENTERIAN HUKUM
DIREKTORAT JENDERAL
KEKAYAAN INTELEKTUAL



JAM OPERASIONAL

Layanan Informasi & Konsultasi Kekayaan Intelektual



- Senin - Kamis, Pukul 08.00 - 15.00 WIB
- Jumat, Pukul 08.00 - 15.30 WIB

Contact Center :



Call Center
152



E-mail
halodjki@dgip.go.id



Live Chat
dgip.go.id



Video Conference
dgip.go.id

Media Sosial :



@DJKI_Kemenkum



@DJKI_Kemenkum



DJKI Kementerian Hukum



DJKI Kemenkum





KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
DIREKTORAT JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL

CEK PDKI DULU, SEBELUM DAFTARIN MEREKMU!

Kunjungi **PDKI-INDONESIA.DGIP.GO.ID**

agar tahu merek Anda memiliki persamaan
dengan merek yang sudah terdaftar
sebelumnya.

