



Plagiarisme Bisnis Kuliner Lintas Negara: Analisis Etika dan Hukum pada Kasus Bakery di Indonesia

Amelia Mara Jasmine¹, Halimah Zahrah², Bellia Aghata³, Dewi Putri Angelina⁴,
Ditta Rahmawati⁵

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Bandung,
Kota Bandung, Indonesia^{1,2,3,4,5}

*Email Korespodensi: halimahzahrah@umbandung.ac.id

Diterima: 01-07-2025 | Disetujui: 10-07-2025 | Diterbitkan: 12-07-2025

ABSTRACT

Plagiarism in the culinary business is now a frequent issue, especially when it involves two countries such as Indonesia and Australia. This study discusses the alleged plagiarism of the business concept carried out by Circles Bakery against Publique Bakery, starting from the appearance of their cakes, logos, and interior designs. The purpose of this study is to review the case from the perspective of business ethics and applicable legal regulations, both nationally and internationally. The study uses a qualitative approach with a case study method. The focus of this study is Circles Bakery as the perpetrator and Publique Bakery as the party suspected of being copied. Data were obtained from various sources such as media articles, social media uploads, and other supporting information relevant to the case. Researchers chose these sources deliberately because they were considered most relevant to the topic. The collected data were analyzed by filtering important information, compiling it, and drawing conclusions from the existing findings. The results of the study indicate that although there have been no official lawsuits, the striking similarities in concept between the two businesses raise ethical questions and concerns about copyright protection. This study suggests that business actors, especially MSMEs, should value the originality of ideas more and understand the importance of running a business in an honest and ethical manner. In addition, stronger legal and educational support is needed to prevent similar cases in the future.

Keywords: Business Ethics 1; Business Plagiarism 2; Copyright 3.

ABSTRAK

Plagiarisme dalam bisnis kuliner kini menjadi isu yang sering muncul, apalagi ketika melibatkan dua negara seperti Indonesia dan Australia. Penelitian ini membahas dugaan penjiplakan konsep bisnis yang dilakukan oleh Circles Bakery terhadap Publique Bakery, mulai dari tampilan kue, logo, dan desain interior mereka. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meninjau kasus tersebut dari sudut pandang etika bisnis dan aturan hukum yang berlaku, baik secara nasional maupun internasional. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Fokus penelitian ini adalah Circles Bakery sebagai pelaku dan Publique Bakery sebagai pihak yang diduga ditiru. Data diperoleh dari berbagai sumber seperti artikel media, unggahan media sosial, serta informasi pendukung lainnya yang relevan dengan kasus. Peneliti memilih sumber-sumber tersebut secara sengaja karena dianggap paling berkaitan dengan topik. Data yang terkumpul dianalisis dengan cara menyaring informasi penting, menyusunnya, dan menarik kesimpulan dari temuan yang ada. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun

belum ada gugatan hukum secara resmi, kemiripan konsep yang mencolok antara kedua bisnis menimbulkan pertanyaan etis dan kekhawatiran mengenai perlindungan hak cipta. Penelitian ini menyarankan agar para pelaku usaha, terutama UMKM, lebih menghargai orisinalitas ide dan memahami pentingnya menjalankan usaha dengan cara yang jujur dan etis. Selain itu, diperlukan dukungan hukum dan edukasi yang lebih kuat untuk mencegah kasus serupa di masa depan.

Kata kunci: Etika Bisnis 1; Plagiarisme Bisnis 2; Hak Cipta3.

PENDAHULUAN

Penelitian ini membahas variabel utama etika bisnis, plagiarisme bisnis, dan hak cipta. Etika bisnis didefinisikan sebagai seperangkat nilai moral dan norma yang mengatur perilaku perusahaan dalam menjalankan usahanya. Penerapan etika bisnis yang baik diyakini mampu meningkatkan kepercayaan konsumen (cmcbinus, 2023), sehingga penting dalam menjaga reputasi dan keberlangsungan usaha. Sebaliknya, plagiarisme bisnis adalah tindakan menyalin atau meniru konsep, desain, atau karya pihak lain tanpa izin dan mengklaimnya sebagai milik sendiri (developer, 2015). Tindakan demikian jelas melanggar norma etika bisnis (Shidarta, 2015) dan berpotensi melanggar hak cipta pihak lain. Di Indonesia, hak cipta memberikan hak eksklusif kepada pencipta atas ciptaannya, termasuk ciptaan kreatif seperti desain interior dan arsitektur (*Hak Cipta*, n.d.). Oleh karena itu penelitian ini penting dilakukan untuk menelaah dampak plagiarisme lintas-negara dalam bisnis kuliner terhadap praktik etika dan perlindungan hak kekayaan intelektual (HKI).

Konteks permasalahan penelitian ini adalah kasus **Circles Bakery** di Yogyakarta. Pada Mei 2024, toko roti Circles Bakery menjadi viral karena diduga menyalin seluruh konsep dan desain outlet Publique Bakery di Australia tanpa izin (Hasanah, 2024). Publik ramai membandingkan kemiripan logo, interior, dan tampilan produk kedua toko tersebut. Bahkan Publique Bakery secara terbuka menyatakan bahwa mereka tidak pernah mengizinkan peniruan tersebut (Nikmatur, 2024). Kasus viral ini menimbulkan persoalan baru karena melibatkan pelanggaran hak cipta antarnegara dan pertanyaan tentang etika bisnis internasional. Penelitian terdahulu seperti studi lintas-budaya oleh Yeh menyoroti plagiarisme metode bisnis dan dampaknya pada kepercayaan pelanggan (Yeh, 2022), tetapi kajian khusus mengenai plagiarisme konsep bisnis dalam industri kuliner lintas-batas masih sangat terbatas. Dengan demikian, studi kasus Circles Bakery ini diharapkan menambah literatur tentang plagiarisme dalam bisnis kuliner internasional dan mengisi kekosongan penelitian terkait.

Secara teoritis, konsep etika bisnis dan perlindungan HKI menjadi landasan penelitian ini. Menurut etika bisnis, perusahaan seharusnya bertindak jujur dan integritas dalam berkompetisi karena penerapan prinsip etis dapat membangun kepercayaan pelanggan (cmcbinus, 2023). Sementara itu, teori hak kekayaan intelektual menegaskan bahwa pencipta memiliki hak eksklusif atas ciptaannya. Menurut UU Hak Cipta, karya seni rupa dan desain termasuk arsitektur dan interior tempat usaha dilindungi oleh hak cipta (*Hak Cipta*, n.d.). Berdasarkan kerangka tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis sejauh mana praktik Circles Bakery melanggar prinsip etika bisnis dan peraturan hak cipta, serta merumuskan rekomendasi pengelolaan HKI yang lebih efektif bagi pelaku usaha kuliner.

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori Etika Bisnis

Etika bisnis merupakan bagian dari penerapan prinsip moral dalam kegiatan usaha sehari-hari. Etika ini berfungsi sebagai panduan perilaku bagi pelaku usaha agar mampu menjalankan kegiatan bisnis secara adil, jujur, dan bertanggung jawab. Dalam praktiknya, etika bisnis tidak hanya berlandaskan pada aturan hukum, tetapi juga pada nilai-nilai sosial dan budaya yang berkembang di masyarakat. Etika memberikan standar yang lebih tinggi dibandingkan hukum, karena mampu menyentuh aspek integritas dan niat baik, bukan sekadar kepatuhan terhadap regulasi formal (Shaw & Barry, 1995). Penerapan etika

dalam bisnis berperan penting dalam membangun dan menjaga kepercayaan konsumen serta reputasi perusahaan. Tambunan, Sitanggang, dan Sintia (2022) menegaskan bahwa pelaku usaha yang menjunjung tinggi etika cenderung mendapatkan kepercayaan jangka panjang dari publik, yang berdampak pada meningkatnya loyalitas konsumen. Salah satu nilai dasar yang penting adalah kejujuran, karena melalui kejujuran, perusahaan dapat menciptakan hubungan yang sehat dan berkelanjutan dengan para pemangku kepentingan.

Sebaliknya, pelanggaran terhadap etika, terutama dalam bentuk peniruan atau plagiarisme bisnis, menunjukkan kurangnya komitmen terhadap nilai kejujuran dan tanggung jawab. Meniru karya atau desain pihak lain tanpa izin bukan hanya tidak etis, tetapi juga dapat mencoreng citra perusahaan, menurunkan kepercayaan publik, dan memicu konflik hukum. Oleh karena itu, dalam konteks bisnis lintas negara, perusahaan tidak hanya dituntut untuk mematuhi hukum, tetapi juga bertindak berdasarkan nilai etika universal agar dapat berkontribusi dalam membangun ekosistem usaha yang berkelanjutan (Tambunan et al., 2022).

Plagiarisme Bisnis

Plagiarisme dalam dunia bisnis merupakan tindakan meniru elemen-elemen penting dari suatu usaha tanpa izin, termasuk di dalamnya nama dagang, desain visual, logo, konsep interior, hingga kemasan produk. Tindakan ini tidak hanya mencerminkan ketidakjujuran, tetapi juga merugikan pihak yang karya aslinya ditiru. Plagiarisme bisnis sering dilakukan dengan motif komersial, yaitu untuk mendapatkan keuntungan cepat dari popularitas dan reputasi usaha lain tanpa membangun citra dari awal. Menurut Banindro, fenomena ini semakin marak di sektor produk konsumen, termasuk makanan dan minuman, dengan ciri khas peniruan identitas visual yang sangat menyerupai aslinya (Banindro, 2021).

Plagiarisme bisnis dapat dipandang sebagai bentuk pemalsuan, yaitu kegiatan menyalin atau meniru produk, merek, atau konsep secara sistematis dengan maksud untuk mengelabui konsumen. Dalam praktiknya, tindakan tersebut sering menyasar usaha kecil maupun besar yang memiliki desain unik dan branding kuat. Peniruan ini tidak hanya menimbulkan persaingan tidak sehat, tetapi juga membingungkan konsumen dalam membedakan produk asli dan tiruan (Rahardjo et al., 2023). Beberapa pelaku bisnis sengaja meniru usaha terkenal sebagai jalan pintas meraih keuntungan tanpa harus membangun inovasi sendiri. Kasus dugaan peniruan antara Circles Bakery di Yogyakarta dan Publique Bakery di Melbourne dapat dimasukkan ke dalam kategori plagiarisme bisnis karena menunjukkan kemiripan visual dan identitas branding yang signifikan. Jika benar terjadi peniruan tanpa izin, maka hal ini melanggar prinsip dasar dalam etika profesi bisnis, yaitu kejujuran dan tanggung jawab. Selain itu, tindakan ini juga membuka ruang potensi pelanggaran hukum terkait kekayaan intelektual, khususnya jika aspek yang ditiru dilindungi oleh hak cipta atau desain industri. (Marwiyah, n.d.)

Hak Cipta

Hak cipta secara umum diartikan sebagai hak eksklusif pencipta atas ciptaannya yang diwujudkan secara nyata. Konsep dasar ini mencakup ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra, serta menjamin hak ekonomi (misalnya hak reproduksi, distribusi, siar, pertunjukan, dan adaptasi karya) maupun hak moral atas karya tersebut (Universitas Islam Indonesia & Prasetyo, 2022). Dalam kerangka internasional, perlindungan hak cipta diatur melalui Konvensi Bern dan TRIPS. Konvensi Bern (di

Indonesia diratifikasi pada 1997) mensyaratkan perlakuan nasional yang setara dan proteksi otomatis tanpa formalitas pendaftaran bagi karya cipta setiap negara anggota. Konvensi ini juga menetapkan beragam hak eksklusif bagi pencipta, seperti hak penerjemahan, adaptasi, pertunjukan, penyiaran, serta reproduksi suatu karya, dengan jangka waktu proteksi umumnya seumur hidup pencipta ditambah 50 tahun. Persetujuan TRIPS (Trade- Related Aspects of IP Rights) di bawah WTO (1994) mewajibkan anggota menerapkan standar minimum perlindungan hak cipta sesuai Konvensi Bern (Kariodimedjo, n.d.). Dalam industri kuliner, penerapan hak cipta menghadapi batasan tertentu. Misalnya, logo restoran umumnya dianggap sebagai merek dagang sehingga tidak dapat didaftarkan sebagai hak cipta; oleh karenanya logo harus dilindungi dengan pendaftaran merek dagang agar pemiliknya memperoleh kepastian hukum saat terjadi sengketa (Apriza et al., 2024). Demikian pula, desain interior restoran yang memiliki nilai estetika dapat dikategorikan sebagai karya arsitektur atau desain industri dan oleh karena itu berpotensi dilindungi HKI; namun, regulasi di Indonesia saat ini belum secara khusus memayungi perlindungan desain interior sehingga perlindungannya masih terbatas (Trissna, 2025). Sebaliknya, resep masakan yang bersifat instruksional dan fungsional umumnya tidak tercakup dalam hak cipta (resipisip dianggap sebagai ide atau prosedur teknis, bukan ekspresi kreatif), sehingga pelaku industri kuliner lebih banyak mengandalkan mekanisme lain seperti rahasia dagang atau perlindungan merek untuk menjaga resep andalan mereka.

Penelitian Terdahulu

Isu plagiarisme dalam industri kuliner semakin menjadi perhatian global, terutama dengan meningkatnya publikasi dan distribusi konten melalui media digital. Salah satu penelitian relevan adalah studi oleh Lawrence (2020) yang menyoroti lemahnya perlindungan hak cipta atas resep makanan dalam sistem hukum Amerika Serikat. Penelitian ini menyimpulkan bahwa hukum hak cipta di AS belum mampu menjangkau ide kuliner secara menyeluruh, karena hanya melindungi bentuk ekspresi tertulis, bukan ide resep itu sendiri. Lawrence mengusulkan adanya lembaga kolektif yang dapat melisensikan resep secara sistematis layaknya industri musik. Meskipun demikian, studi ini belum menyentuh aspek etika bisnis maupun dinamika pelanggaran hak cipta antarnegara dalam industri makanan, sehingga kurang menggambarkan kompleksitas yang terjadi dalam kasus nyata lintas negara seperti yang terjadi pada Circles Bakery dan Publique Bakery (Lawrence, 2011).

Penelitian oleh Germain (2019) memberikan sudut pandang perbandingan hukum antara Prancis dan Amerika Serikat terkait perlindungan karya kuliner. Penulis menjelaskan bahwa perlindungan terhadap resep dan kreasi kuliner lebih banyak diatur melalui hak paten, merek dagang, dan rahasia dagang, karena hukum hak cipta cenderung tidak memadai. Studi ini menyarankan penguatan sistem perlindungan melalui pendekatan multi instrument, namun tidak menampilkan kasus empiris atau studi tentang dampak etika dari plagiarisme bisnis. Dengan demikian, studi tersebut lebih bersifat teoritis.

Berbeda dengan penelitian ini yang langsung mengambil studi kasus riil dan menganalisis dinamika pelanggaran etika dan hukum dalam konteks Indonesia dan Australia, studi Germain belum menjelaskan penerapan hukum tersebut dalam praktik bisnis yang nyata dan lintas yurisdiksi (Germain, 2019).

Gupta dan Misra (2024) memperluas diskusi dengan mengkaji perlindungan kekayaan intelektual dalam konteks global dan tradisi kuliner. Penelitian ini menyampaikan bahwa perlindungan hukum

terhadap karya kuliner masih sangat terbatas karena ide makanan dianggap bukan karya artistik. Mereka mengkritik hal ini dan menyarankan agar hukum dapat memberi tempat bagi aspek ekspresif dalam kreasi kuliner. Meskipun kaya secara teori, penelitian ini tidak membahas secara spesifik konteks plagiarisme antar pelaku usaha maupun studi kasus aktual. Oleh sebab itu, kontribusi penelitian ini tetap terbatas pada tataran normatif. Penelitian kasus Circles-Publique hadir untuk menutup kekosongan tersebut dengan mengkaji langsung peristiwa plagiarisme bisnis secara nyata dan menunjukkan bagaimana kekosongan hukum dapat berdampak secara etis dan ekonomi (Gupta & Misra, 2024). Sementara itu, studi lokal oleh Yudistia dan Romadhona (2022) memberikan gambaran praktik plagiarisme dalam industri kuliner Indonesia melalui studi kasus sengketa merek “Geprek Bensu.” Penelitian ini memperlihatkan kemiripan desain merek dan visual yang berdampak pada kebingungan konsumen. Walau menarik secara lokal, studi ini lebih terfokus pada desain merek dan tidak membahas lebih dalam kaitan antara plagiarisme, etika bisnis, serta perlindungan hukum lintas negara. Maka dari itu, penelitian ini belum memberikan pemahaman mendalam tentang konsekuensi etika dan hukum dalam skala global seperti kasus antara Circles Bakery dan Publique Bakery yang melibatkan perbedaan sistem hukum dan standar etika lintas negara (Yudistia & Romadhona, 2022).

Dari sisi penerapan etika bisnis, Sintiya dkk. (2025) dalam studi kasus Mie Gacoan menunjukkan bahwa penerapan prinsip etika dalam usaha kuliner dapat meningkatkan kepuasan dan kepercayaan pelanggan. Penelitian ini menekankan pentingnya nilai kejujuran, integritas, dan tanggung jawab sosial dalam praktik usaha sehari-hari. Namun, studi ini tidak menyinggung pelanggaran etika berupa peniruan konsep bisnis, apalagi yang terjadi dalam konteks global. Oleh karena itu, studi Circles Bakery memperluas diskusi ini dengan memperlihatkan bagaimana pelanggaran terhadap etika, khususnya plagiarisme, tidak hanya mencederai prinsip kejujuran tetapi juga berdampak pada reputasi dan kepercayaan publik secara luas. (Sintiya et al., 2025). Di kawasan Australia dan Selandia Baru, artikel dari firma hukum Simpson Grierson (2025) menunjukkan bahwa perlindungan terhadap resep kuliner di wilayah tersebut masih terbatas pada bentuk tertulis, bukan pada ide resep atau penyajiannya. Hal ini menguatkan temuan bahwa meskipun hukum hak cipta berlaku, aplikasinya dalam dunia kuliner tetap sempit. Meski artikel ini memberikan wawasan hukum praktis di kawasan Australasia, namun tidak membahas dimensi etika maupun penerapan hukum dalam konteks plagiarisme bisnis antar entitas. Di sinilah letak keunikan studi kasus Circles-Publique yang tidak hanya menganalisis aspek legal secara lintas-negara, tetapi juga menyandingkannya dengan prinsip etika bisnis yang dilanggar dalam praktik meniru konsep usaha (Watts et al., 2025).

Berdasarkan ulasan terhadap enam penelitian terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwa masih terdapat kekosongan dalam literatur yang membahas secara bersamaan dimensi etika, hukum hak cipta, dan praktik plagiarisme bisnis di industri kuliner dalam konteks lintas negara. Penelitian "Dugaan Plagiarisme dalam Bisnis: Studi Kasus Circles Bakery dan Publique Bakery" memberikan kontribusi nyata dengan menghadirkan analisis empiris atas kasus aktual, mengeksplorasi secara mendalam aspek etika, serta menyandingkannya dengan kondisi hukum nasional dan internasional. Penelitian ini juga memberikan pemahaman baru bagi akademisi dan praktisi bahwa plagiarisme bisnis bukan hanya isu hukum, tetapi juga merupakan persoalan integritas yang menyentuh reputasi, kepercayaan publik, dan keberlangsungan usaha secara menyeluruh.

METODELOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur untuk menganalisis dugaan plagiarisme bisnis lintas negara dalam kasus Circles Bakery. Fokus kajian diarahkan pada aspek plagiarisme, hak cipta, dan hukum etika bisnis. Penelusuran dilakukan terhadap sumber-sumber tertulis dan visual dari berbagai media, regulasi nasional maupun internasional, serta literatur akademik yang relevan. Data yang dikumpulkan terdiri atas empat jenis. Pertama, data visual dan media yang mencakup logo, desain interior, serta tampilan produk dari Circles Bakery dan entitas pembanding. Kedua, dokumen hukum, yaitu Undang-Undang Hak Cipta dan Desain Industri di Indonesia dan Australia, yang juga memuat ketentuan internasional seperti Konvensi Bern dan TRIPS. Ketiga, literatur pendukung yang diperoleh dari 11 jurnal ilmiah, 12 sumber dari internet, dan 2 buku yang relevan dengan topik penelitian. Keempat, pernyataan publik yang dimuat dalam media serta klarifikasi resmi dari pihak-pihak terkait.

HASIL

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan adanya kemiripan yang sangat signifikan antara Circles Bakery di Yogyakarta, Indonesia, dan Publique Bakery di Melbourne, Australia. Kemiripan tersebut mencakup aspek visual seperti logo, desain interior, hingga tampilan produk roti dan kue yang ditawarkan kepada konsumen. Dari pengamatan media dan pernyataan resmi Publique Bakery, dapat disimpulkan bahwa desain, warna, dan elemen arsitektural dari kedua toko roti tersebut memperlihatkan persamaan yang mencolok, sehingga menimbulkan dugaan kuat bahwa Circles Bakery telah melakukan peniruan konsep usaha tanpa izin dari pemilik aslinya.

Fenomena ini tidak hanya menimbulkan polemik di tengah masyarakat pengguna media sosial, tetapi juga memunculkan pertanyaan serius terkait etika bisnis lintas negara. Dalam kajian etika bisnis, tindakan meniru ide kreatif pihak lain secara terang-terangan dan mengklaimnya sebagai hasil karya sendiri merupakan bentuk pelanggaran terhadap prinsip integritas, kejujuran, dan tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan yang mengabaikan prinsip etis ini berpotensi kehilangan kepercayaan dari konsumen, yang pada gilirannya akan berdampak negatif terhadap reputasi dan keberlangsungan bisnisnya di masa depan. Dari perspektif hukum, khususnya terkait hak cipta, tindakan yang dilakukan oleh Circles Bakery ini berpotensi melanggar Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta di Indonesia. UU tersebut secara eksplisit melindungi karya seni terapan, desain interior, dan elemen visual lainnya yang memiliki orisinalitas sebagai hasil kreasi intelektual penciptanya. Selain itu, dalam konteks internasional, perlindungan atas hak kekayaan intelektual diatur melalui Konvensi Bern dan perjanjian TRIPS (Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights), di mana Indonesia dan Australia merupakan pihak penandatangan. Dengan demikian, karya yang diciptakan dan digunakan secara sah di Australia juga berhak mendapatkan perlindungan di Indonesia, meskipun dalam praktiknya masih dibutuhkan mekanisme pendaftaran resmi untuk mengoptimalkan perlindungan hukum di negara tujuan.

Implementasi perlindungan hak cipta lintas negara tidak jarang menghadapi berbagai hambatan administratif dan yuridis. Salah satu kendala utama yang muncul dalam kasus ini adalah kemungkinan

ketiadaan pendaftaran resmi desain Publique Bakery di Indonesia. Ketidadaan pendaftaran tersebut menjadikan proses penegakan hukum menjadi sulit dilakukan, sekalipun bukti kemiripan visual sangat jelas terlihat. Hal ini menunjukkan kelemahan sistem perlindungan hak kekayaan intelektual di ranah internasional, di mana prinsip "*territoriality*" masih menjadi dasar perlindungan hak atas kekayaan intelektual, sehingga mengurangi efektivitas perlindungan lintas batas negara.

Selain aspek hukum dan etika, kasus ini juga berdampak terhadap citra industri kreatif Indonesia. Apabila praktik plagiarisme seperti ini dibiarkan tanpa penanganan serius, maka dapat mencoreng reputasi pelaku usaha lokal di mata dunia. Di satu sisi, Circles Bakery memperoleh popularitas akibat viralitas kasus ini, namun di sisi lain hal tersebut menunjukkan adanya kegagalan dalam membangun identitas merek yang autentik dan berdaya saing tinggi di pasar global. Kasus ini juga menjadi cerminan betapa pentingnya edukasi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terkait hak cipta dan etika bisnis agar mampu bersaing secara sehat di pasar internasional. Dengan demikian, temuan dalam penelitian ini mengindikasikan adanya kebutuhan mendesak untuk memperkuat regulasi, edukasi, dan pengawasan di bidang hak kekayaan intelektual, terutama dalam industri kuliner kreatif. Selain itu, integritas pelaku bisnis harus menjadi perhatian utama agar persaingan usaha berjalan secara sehat, adil, dan bermartabat.

Dalam ranah hukum nasional, perlindungan terhadap hak kekayaan intelektual telah diatur secara komprehensif melalui Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Undang-undang ini menyebutkan bahwa setiap hasil karya cipta yang bersifat orisinal dan diwujudkan dalam bentuk nyata, seperti desain interior, logo, dan visual branding, memperoleh perlindungan hukum secara otomatis sejak saat penciptaannya, tanpa harus melalui proses pendaftaran formal. Namun demikian, pendaftaran tetap disarankan sebagai bukti kuat dalam proses pembuktian di pengadilan apabila terjadi sengketa hukum. Selain itu, Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2000 tentang Desain Industri memberikan perlindungan tambahan terhadap elemen-elemen visual produk, seperti kemasan, bentuk fisik, dan desain interior yang memiliki fungsi industri. Perlindungan merek dagang juga dijamin melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang melarang keras penggunaan merek yang memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek terdaftar milik pihak lain.

Dalam konteks internasional, Konvensi Bern menegaskan bahwa semua negara anggota wajib melindungi karya asing sebaik mereka melindungi karya nasionalnya. Demikian pula, perjanjian TRIPS menetapkan prinsip "*national treatment*" dan "*automatic protection*", yang berarti karya dari negara anggota lain harus diakui dan dilindungi tanpa syarat pendaftaran tambahan. Walau begitu, implementasi prinsip ini sering terhambat oleh praktik administratif lokal masing-masing negara, seperti yang tampak dalam kasus Circles Bakery ini. Dari sisi etika bisnis, tindakan Circles Bakery dapat dinilai melanggar prinsip kejujuran dan tanggung jawab profesional. Meniru desain usaha lain tanpa izin resmi tidak hanya melanggar hukum formal, tetapi juga merusak kepercayaan konsumen serta menciptakan persaingan usaha yang tidak sehat. Etika bisnis menuntut pelaku usaha untuk mengedepankan inovasi dan orisinalitas demi menciptakan nilai tambah yang otentik bagi pasar. Pelanggaran etika seperti ini dapat menimbulkan efek domino berupa hilangnya loyalitas pelanggan, penurunan reputasi merek, dan bahkan boikot konsumen, sebagaimana yang sempat terjadi pada kasus viral ini.

Secara keseluruhan, kasus Circles Bakery dan Publique Bakery mengajarkan pentingnya penguatan pemahaman para pelaku usaha tentang integritas bisnis, pengetahuan regulasi hak cipta, serta

perlunya kolaborasi antara pemerintah dan pelaku industri dalam menciptakan iklim usaha yang sehat, jujur, dan berdaya saing tinggi di kancah global.

KESIMPULAN

Penelitian ini berhasil mengidentifikasi dan menganalisis dugaan plagiarisme bisnis yang dilakukan oleh Circles Bakery terhadap Publique Bakery. Hasil penelitian menunjukkan adanya kemiripan signifikan pada elemen-elemen visual, desain interior, dan konsep produk antara kedua usaha tersebut, yang mengindikasikan adanya tindakan peniruan tanpa izin. Meskipun secara hukum perlindungan hak cipta dan desain industri telah diatur melalui perjanjian internasional seperti Konvensi Bern dan TRIPS, penerapannya di Indonesia masih menghadapi berbagai kendala, terutama yang berkaitan dengan proses pendaftaran resmi desain.

Dari perspektif etika bisnis, tindakan Circles Bakery tidak hanya melanggar prinsip integritas dan orisinalitas, tetapi juga berpotensi merusak reputasi industri kreatif secara keseluruhan. Meskipun kasus ini membawa popularitas yang tidak terduga bagi Circles Bakery, hal tersebut menciptakan paradoks, di mana kontroversi dimanfaatkan sebagai strategi pemasaran, namun pada saat yang sama mengaburkan batas antara kreativitas orisinal dan peniruan.

Oleh karena itu, penting bagi para pelaku usaha, khususnya UMKM di sektor kuliner, untuk menghormati hak kekayaan intelektual dan menerapkan praktik bisnis yang etis. Edukasi konsumen mengenai nilai keaslian produk, serta penegakan regulasi perlindungan HKI yang lebih tegas, juga diperlukan guna mencegah terulangnya praktik plagiarisme di masa depan. Rekomendasi kebijakan dan praktik yang dihasilkan dari penelitian ini diharapkan dapat membantu menjaga orisinalitas, meminimalkan risiko pelanggaran kekayaan intelektual, serta memperkuat reputasi industri kreatif di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Noh, M. A. M., Nudin, A. L. A., Abdullah, N. N. N., Shamsudin, W. N. K., & Harun, M. F. (2018). Plagiarism in Graphic Design. In R. Anwar, M. Mahamood, D. H. Md. Zain, M. K. Abd Aziz, O. H. Hassan, & S. Z. Abidin (Eds.), *Proceedings of the Art and Design International Conference (AnDIC 2016)* (pp. 391–400). Springer Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-13-0487-3_43
- Shaw, W. H., & Barry, V. E. (with Internet Archive). (1995). *Moral issues in business*. Belmont, Calif. : Wadsworth. <http://archive.org/details/moralissuesinbus00shaw>
- Apriza, N., Lie, G., & Putra, M. R. S. (2024). Perlindungan Hak Cipta Terhadap Logo Geprek Benu Berdasarkan UU Hak Cipta: Studi Kasus Sengketa Geprek Benu Antara I am Geprek Benu. *Journal of Education Religion Humanities and Multidiciplinary*, 2(2), 1365–1371. <https://doi.org/10.57235/jerumi.v2i2.4314>
- Banindro, B. S. (2021). “Fake Brands” Studi Kasus Peniruan Identitas Visual pada Consumer Products Industry. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 7(2), 363–374. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v7i2.5048>

- Fathia, N., Abidin, Y. Z., & Paryati, P. (2023). Manajemen Corporate Social Responsibility (CSR) Perum Perhutani Jawa Barat dan Banten Pasca Covid-19. *Reputation Jurnal Hubungan Masyarakat*, 8(1), 43–64. <https://doi.org/10.15575/reputation.v8i1.30619>
- Germain, C. M. (2019). Don't Steal My Recipe! A Comparative Study of French and U.S. Law on the Protection of Culinary Recipes and Dishes Against Copying. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3393891>
- Gupta, A., & Misra, A. (2024). Exploring Culinary Intellectual Property Protection: Safeguarding Creations and Unauthorized Transfer of Related Knowledge under Traditional IPR. 13(1).
- Kariodimedjo, D. W. (n.d.). PERLINDUNGAN HAK CIPTA, HAK TERKAIT, DAN DESAIN INDUSTRI.
- Kristensen, T., Gabrielsen, G., Wilke, R., & Zaichowsky, J. (2002). Plagiarism, Trade-Dress and the Value of Design. *Ekonomika*, 59. <https://doi.org/10.15388/Ekon.2002.17016>
- Lawrence, M. G. (2011). Edible Plagiarism: Reconsidering Recipe Copyright in the Digital Age.
- Rahardjo, F., Taufiqurrahman, T., & Wijaya, A. U. (2023). PENEGAKAN HUKUM TERHADAP PELAKU USAHA YANG MELAKUKAN PEMALSUAN MEREK. *Jurnal Ilmu Hukum Wijaya Putra*, 1(2), 126–137. <https://doi.org/10.38156/jihwp.v1i2.117>
- Sintiya, A. E., Darmawan, B., Makapuas, D. Y. R., Saputra, F. D., & Hutabarat, H. R. (2025). Pentingnya Etika Bisnis dalam Bisnis Kuliner (Studi kasus Mie Gacoan). 2(3).
- Sutrisno, N. (1999). Implementasi Persetujuan TRIPs dalam Undang-Undang Hak Cipta Indonesia. *Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM*, 6(12), 46–54. <https://doi.org/10.20885/iustum.vol6.iss12.art4>
- Tambunan, B. A. Y., Sitanggang, E., & Sintia, I. (2022). The Importance of Applying Ethics in Business. *Asian Journal of Applied Business and Management*, 1(1), 11–18. <https://doi.org/10.55927/ajabm.v1i1.1726>
- Trissna, M. L. (2025). Analisis Hak Kekayaan Intelektual Terhadap Peniruan Desain Interior Yang Digunakan Pada Tempat Usaha.
- Universitas Islam Indonesia, & Prasetyo, R. A. (2022). HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL (HAK CIPTA) SEBAGAI OBJEK WARIS DALAM HUKUM PERDATA. *JIPRO : Journal of Intellectual Property*, 5(1). <https://doi.org/10.20885/jipro.vol5.iss1.art4>
- Yeh, H. (2022). The impact of business method plagiarism on customer trust: A cultural comparison. *European Journal of International Management : EJIM*, 17(2/3).
- Yudistia, T. T., & Romadhona, M. (2022). ANALISIS KASUS PLAGIARISME MEREK DAGAN ANTARA I AM GEPREK BENSU DAN GEPREK BENSU.
- Basoni, S. (2024, June 7). Viral Toko Roti di Jogja Diduga Plagiat Toko Roti di Australia, Ini Klarifikasinya. <https://food.detik.com/info-kuliner/d-7379012/viral-toko-roti-di-jogja-diduga-plagiat-toko-roti-di-australia-ini-klarifikasinya>
- Bennett, E. T. (2025, Mei). Intellectual Property Law Firm in Ohio | Emerson Thomson Bennett. Emerson Thomson Bennett - IP Law Firm. <https://www.etblaw.com/>
- cmcbinus. (2023, August 1). Pengertian Etika Bisnis: Fungsi dan Contohnya. BINUS UNIVERSITY MALANG | Pilihan Universitas Terbaik Di Malang. <https://binus.ac.id/malang/2023/08/pengertian-etika-bisnis-fungsi-dan-contohnya/>

- developer, medcom id. (2015, July 23). Plagiarisme dalam Perspektif Etika dan Hukum. medcom.id. <https://www.medcom.id/oase/kolom/5b2lZr4K-plagiarisme-dalam-perspektif-etika-dan-hukum>
- Geneva, S. (2025). Industrial Designs. Designs. <https://www.wipo.int/web/designs>
- Hak Cipta. (n.d.). Retrieved June 24, 2025, from <https://www.dgip.go.id/menu-utama/hak-cipta/pengenalan>
- Hasanah, D. I. N. (2024). Geger! Toko Roti di Jogja Circles Bakery Diduga Lakukan Plagiat Toko Roti di Australia sampai Kena Sindir—Jawa Pos. Geger! Toko Roti di Jogja Circles Bakery Diduga Lakukan Plagiat Toko Roti di Australia sampai Kena Sindir - Jawa Pos. <https://www.jawapos.com/nasional/014732104/geger-toko-roti-di-jogja-circles-bakery-diduga-lakukan-plagiat-toko-roti-di-australia-sampai-kena-sindir>
- Jusnia, C. (2025, June 17). Terkuak! Circles Bakery Jogja Diduga Plagiat Publique Bakery Australia, Siapa Pemiliknya? - Jogja Pos. Terkuak! Circles Bakery Jogja Diduga Plagiat Publique Bakery Australia, Siapa Pemiliknya? - Jogja Pos. <https://www.jogjapos.id/jogja/107439770/terkuak-circles-bakery-jogja-diduga-plagiat-publique-bakery-australia-siapa-pemiliknya>
- Nikmatur, B. (2024, June 8). Viral Circle Bakery Diduga Plagiasi Toko Roti di Australia, hingga Dilabrak Langsung—Malang Times. Jatim TIMES. <https://malangtimes.com/baca/313850/20240607/052100/viral-circle-bakery-diduga-plagiasi-toko-roti-di-australia-hingga-dilabrak-langsung>
- Shidarta. (2015). PLAGIARISME: PELANGGARAN HAK CIPTA (Bagian 3 dari 3 tulisan). <https://business-law.binus.ac.id/2015/04/01/plagiarisme-pelanggaran-hak-cipta-bagian-3-dari-3-tulisan/>
- Watts, S. G.-R., Chapman, S., & Scott, R. (2025, May 19). Food for thought: Are recipes protected by copyright? Lexology. <https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=6c85a0a2-1a39-4f8e-b207-5a52fa3515e2>
- When is Plagiarism Illegal for a Company? (2025, April 22). Emerson Thomson Bennett - IP Law Firm. <https://www.etblaw.com/what-is-plagiarism-and-when-is-it-illegal-for-a-company/>
- WIPO. (n.d.). Summary of the Berne Convention for the Protection of Literary and Artistic Works (1886). Retrieved June 18, 2025, from https://www.wipo.int/treaties/en/ip/berne/summary_berne.html