



Perlindungan Hukum Merek dan Desain Industri Terhadap Rebranding Tanpa Izin

Annisa Serlina & Mahlil Adriaman

Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat
Email: annisaserlina15@gmail.com & mahliladriaman@gmail.com

Abstract

This research examines the law on intellectual property protection against product rebranding without permission, especially regarding brand rights and industrial design rights. The phenomenon of unauthorized rebranding is increasingly common in today's business practices, which can give rise to legal conflicts related to trademark rights and industrial designs. The aim of this research is to analyze the legal framework that regulates the protection of brands and industrial designs against acts of rebranding without permission, as well as analyzing the legal implications and efforts that can be taken by brand owners to protect their rights. The research method used is a literature study and a normative analysis approach to relevant laws and regulations. The research results show that rebranding without permission can violate legally protected trademark rights and industrial design rights, and can be subject to civil and criminal sanctions. The legal implications underscore the importance of compliance with branding and industrial design regulations in business activities, as well as the need for effective law enforcement to protect intellectual property rights. It is hoped that this research can contribute to the understanding and enforcement of intellectual property protection laws, especially brand rights and industrial designs in the era of globalization and increasingly fierce business competition.

Keywords: Brand Protection; Industrial Design; Rebranding

Abstrak

Penelitian ini mengkaji tentang hukum perlindungan kekayaan intelektual terhadap rebranding produk tanpa izin terutama pada hak merek dan hak desain industri. Fenomena rebranding tanpa izin semakin sering terjadi dalam praktik bisnis saat ini, yang dapat menimbulkan konflik hukum terkait dengan hak merek dan desain industri. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis kerangka hukum yang mengatur perlindungan merek dan desain industri terhadap tindakan rebranding tanpa izin, serta menganalisis implikasi hukum dan upaya yang dapat dilakukan oleh pemilik merek untuk melindungi hak-haknya. Metode penelitian yang digunakan adalah studi literatur dan pendekatan analisis normatif terhadap peraturan perundang-undangan yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tindakan rebranding tanpa izin dapat melanggar hak merek dan hak desain industri yang dilindungi secara hukum, dan dapat dikenai sanksi perdata maupun pidana. Implikasi hukumnya menggarisbawahi pentingnya kepatuhan terhadap regulasi merek dan desain industri dalam aktivitas bisnis, serta perlunya penegakan hukum yang efektif untuk melindungi hak kekayaan intelektual. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pemahaman dan penegakan hukum perlindungan kekayaan intelektual terkhusus hak merek dan desain industri di era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat.

Kata Kunci: Perlindungan Merek; Desain Industri; Rebranding

A. PENDAHULUAN

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang sangat cepat telah mempengaruhi tatanan kehidupan masyarakat serta memberikan dampak signifikan terhadap aktivitas ekonomi, baik di tingkat nasional maupun internasional dari tahun ke tahun. Selain itu, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi juga bermanfaat untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat dan mendukung pembangunan nasional yang pada dasarnya merupakan pembangunan manusia secara menyeluruh. Perkembangan teknologi informasi yang demikian pesat telah menyebabkan perubahan kegiatan kehidupan manusia dalam berbagai bidang yang secara langsung telah mempengaruhi lahirnya bentuk-bentuk perbuatan hukum baru.¹ Hal ini dapat dilihat meningkatnya perlindungan terhadap hak kekayaan intelektual, khususnya merek dagang dan desain industri.

Merek bukan hanya identitas produk, tetapi juga representasi reputasi dan nilai suatu perusahaan. Hak merek memainkan peran penting dalam membangun sistem perdagangan yang adil karena merek digunakan untuk membedakan barang atau jasa yang sama dari perusahaan lain. Merek berfungsi sebagai tanda pengenal yang menunjukkan asal barang atau jasa terkait dengan produsennya, serta menggambarkan jaminan kualitas dan reputasi produk tersebut.

Pasal 1 ayat (1) Undang-undang Nomor 31 Tahun 2000 tentang Desain Industri menjelaskan Desain Industri adalah suatu kreasi tentang bentuk, konfigurasi, komposisi garis atau warna, atau garis dan warna, atau gabungan daripadanya yang berbentuk tiga dimensi atau dua dimensi yang memberikan kesan estetis dan dapat diwujudkan dalam pola tiga dimensi atau dua dimensi serta dapat dipakai untuk menghasilkan suatu produk, barang, komoditas industri, atau kerajinan tangan.² Desain Industri yang pada dasarnya mengedepankan kreativitas dan nilai estetika. Berbentuk tiga dimensi, contohnya bentuk dari sebuah produk seperti bentuk atau desain dari kotak makanan

¹ Budi Bahreysi, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Jual Beli Secara Online", *Delegata Jurnal Ilmu Hukum Fakultas Hukum UMSU*, Vol. 3 No 2, Juli-Desember 2018, hlm. 134

² Niru Anita Sinaga, "Perlindungan Desain Industri Sebagai Bagian Dari Hak Kekayaan Intelektual Di Indonesia", *Jurnal Universitas Suryadarma Jakarta*, Vol. 1 No. 1, 2016, hlm. 55

atau minuman, desain suatu tas, desain handphone, dan sebagainya, sedangkan berbentuk dua dimensi, seperti pola, garis, warna, dan ornament dari suatu produk. Beberapa contoh dari desain industri.

Namun, dalam praktiknya, pelanggaran terhadap hak merek dan hak desain industri masih sering terjadi. Salah satu bentuk pelanggaran yang cukup mengkhawatirkan adalah *rebranding* produk tanpa izin. Istilah ini berasal dari Bahasa Inggris "*rebranding*" yang berarti "memberi merek baru". *Rebranding* produk tanpa izin terjadi ketika sebuah pihak mengubah identitas suatu produk tanpa persetujuan dari pemilik merek asli, dengan tujuan untuk memanfaatkan reputasi dan nilai produk merek tersebut demi keuntungan pribadi atau perusahaan.

Salah satu contohnya adalah merek Hamlin dengan merek Rhodey yang viral pertengahan Maret 2024 lalu, dikutip dalam *Idntimes.com* bahwa *beauty vlogger* Arianti bercerita dalam video yang diunggah di Tik Tok-nya kalau dia membeli *softcase* laptop Hamlin tersebut secara online dengan harga sekitar Rp300 ribu. Setelah beberapa waktu, label atau stempel Hamlin yang dijahit pada *softcase* tersebut sedikit copot. Saat hendak mencopotnya, Arianti kaget karena ternyata ada label merek lain yang seolah sengaja ditutupi oleh label Hamlin. Dia pun penasaran dengan mencari *softcase* laptop merek yang ditutup tersebut. Setelah mengecek di *marketplace*, Arianti menemukan bahwa harga *softcase* laptop merek tersebut ternyata dijual dengan harga yang jauh lebih murah, yaitu Rp17 ribu sampai Rp21 ribu.³ Meskipun Hamlin mengatakan terjadi kesalahan pada produk yang diproduksi oleh mitra produsen mereka hal ini dapat berakibat fatal pada bisnisnya karena selain pelanggaran merek juga merupakan pelanggaran hak kekayaan intelektual lainnya seperti hak desain industri.

Kasus *rebranding* tanpa izin sering kali menimbulkan kerugian besar bagi pemilik merek asli dan pemegang hak desain industri, baik secara finansial maupun reputasi. Selain itu, hal ini juga dapat menyesatkan konsumen, karena mereka mungkin menganggap bahwa produk dengan merek yang sudah dikenal tersebut tetap diproduksi atau didistribusikan oleh pemilik merek asli. Situasi ini tidak hanya merusak

³ Yogama Wisnu Oktyandito, "Siapa Owner Hamlin? Diduga Jual Barang Murah Harga Selangit". <https://www.idntimes.com/business/economy/yogama-wisnu-oktyandito/siapa-owner-hamlin-yang-tersandung-kontroversi>. dikunjungi 18 Mei 2024

kepercayaan konsumen, tetapi juga menciptakan persaingan usaha yang tidak sehat. Penerapan jual beli online pada kenyataannya sering menimbulkan berbagai macam permasalahan. Misalnya seperti kerugian yang ditimbulkan pelaku usaha terhadap konsumen karena tidak jujur maupun sengaja menjual barang palsu yang kualitasnya berbeda dengan apa yang dijanjikan *e-commerce* demi memperoleh keuntungan besar.⁴

Dalam Al-Qur'an juga dijelaskan untuk kita bahwa kita tidak boleh memakan harta orang lain secara batil (tanpa hak), berbuat zalim dan merugikan orang, sebagaimana dalam QS. An-Nisa' ayat 29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya :

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

Di Indonesia, perlindungan terhadap merek dagang diatur oleh Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Undang-undang ini memberikan hak eksklusif kepada pemilik merek terdaftar untuk menggunakan mereknya dan melarang pihak lain untuk menggunakan merek yang sama atau serupa tanpa izin. Meski demikian, pelanggaran merek masih kerap terjadi, yang menunjukkan adanya tantangan dalam penegakan hukum dan perlindungan terhadap hak merek. Jika ditinjau terhadap regulasi desain industri, pelanggaran yang mungkin terjadi sesuai Pasal 9 Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2000 tentang Desain Industri adalah kegiatan membuat, memakai, menjual, mengimpor, mengekspor, dan/ atau mengedarkan barang yang diberi hak desain industri tanpa persetujuan Pemegang Hak Desain Industri.

Berbagai kasus *rebranding* tanpa izin menunjukkan perlunya pemahaman yang lebih mendalam mengenai perlindungan hukum terhadap kekayaan intelektual dan

⁴ Ni Putu Indra Nandayani, " Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Produk Barang Palsu Konsumen Atas Produk Barang Palsu ang dijual Secara E-Commerce Dengan Perusahaan Luar Negeri", *Jurnal Kertha Semaya*, Vol.8 No.2, Februari 2020, hlm. 198

implikasi dari pelanggaran ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji perlindungan hukum terhadap merek dan desain industri dalam konteks *rebranding* tanpa izin, serta untuk menganalisis implikasi hukum dan upaya yang dapat dilakukan oleh pemilik merek dan desain industri untuk melindungi hak-haknya.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian hukum normatif. Penelitian hukum normatif yaitu penelitian yang berfokus pada norma (*law in the book*) dan penelitian ini memerlukan data sekunder (bahan hukum) sebagai data utama.⁵ Metode penelitian hukum normatif diartikan sebagai metode penelitian atas aturan-aturan perundangan baik dari sudut pandang hirarki peraturan hukum maupun hubungan harmoni antara peraturan hukum.

Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan, yang melibatkan serangkaian aktivitas seperti membaca, mencatat, dan meninjau literatur lainnya. Dengan demikian, penelitian kepustakaan merupakan upaya untuk mengumpulkan informasi dan data menggunakan berbagai sumber di perpustakaan, termasuk buku referensi, hasil penelitian terdahulu, artikel, catatan, dan jurnal yang relevan dengan permasalahan yang diteliti.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hak Kekayaan Intelektual didefinisikan sebagai suatu perlindungan hukum yang diberikan oleh Negara kepada seseorang dan atau sekelompok orang ataupun badan yang ide dan gagasannya telah dituangkan ke dalam bentuk suatu karya cipta (berwujud). Penggunaan merek tanpa izin akan sangat merugikan para pemilik atau pemegang merek yang telah terdaftar, serta merugikan *brand image* yang telah berhasil dengan susah payah dirintis oleh pemilik atau pemegang merek tersebut dan hal ini jelas bertentangan dengan peraturan yang berlaku. Disini merek memegang peranan

⁵ Mahlil Adriaman, *Metode Penulisan Artikel Hukum*, (Agam: Yayasan Tri Edukasi Ilmiah, 2024), hlm. 123.

sangat penting yang memerlukan sistem pengaturan yang lebih memadai.⁶ Agar hak merek tersebut mendapat perlindungan dan pengakuan dari negara, maka pemilik merek harus mendaftarkannya pada negara. Jika suatu merek tidak didaftarkan, maka merek tersebut tidak akan dilindungi oleh negara. Konsekuensinya merek tersebut dapat digunakan oleh setiap orang.⁷

Melalui merek ini, perusahaan dapat mengkomersilkan atau mempromosikan barang dan jasa yang diproduksinya. Dari rumusan merek yang terkandung dalam Pasal 1 angka 1 UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek, dapat diketahui unsur - unsur merek itu , yaitu merek berupa sebuah tanda (*sign*), merek dapat ditampilkan secara grafis, merek memiliki daya pembeda (*distinctive sign*) dengan merek lain yang sejenis dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang dan / atau jasa.⁸

Perlindungan merek tidak hanya sebagai perlindungan negara terhadap pemilik merek terdaftar tetapi juga bentuk perlindungan terhadap masyarakat selaku konsumen agar mendapatkan barang sesuai dengan aslinya dan keinginannya dalam mendapatkan kepastian hukum atas barang yang dibeli di masyarakat.⁹ Sehingga kasus *rebranding* bukan hanya menyanggkut persoalan hak merek tapi juga hak desain industri terhadap produk tersebut.

Hak Desain Industri diberikan oleh Negara Republik Indonesia kepada orang yang merancang karyanya untuk jangka waktu tertentu untuk dikerjakan sendiri atau disetujui untuk dikerjakan oleh pihak lain. Desain Industri yang diakui perlindungannya hanya berkaitan dengan Desain Industri baru, berdasarkan asas kebaruan, yaitu tidak sama dengan Desain Industri yang sudah ada sebelum tanggal penerimaan atau tanggal prioritas (apabila permohonan didaftarkan dengan hak prioritas), telah diterbitkan atau digunakan bahkan di luar Indonesia atau Indonesia. Selanjutnya, Desain Industri tidak akan dilindungi apabila bertentangan dengan

⁶ Ahmadi Miru, *Hukum Merek: Cara Mudah Mempelajari Undang-Undang Merek*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 42

⁷ Agung Sujatmiko, "Tinjauan Filosofis Perlindungan Hak Milik Atas Merek", *Jurnal Media Hukum Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*, Vol 18 No 2, Desember 2011, hlm 177

⁸ Rachmadi Usman, *Dasar-Dasar Hukum Kekayaan Intelektual*, Cet.1, (Jakarta: Kencana, 2021), hlm. 165

⁹ Zaenal Arifin dan Muhammad Iqbal, "Legal Protection Of Registered Brands", *Jurnal Ius Constituendum*, Vol 5 No.1, April 2020, hlm.63

peraturan perundang-undangan yang berlaku, ketertiban umum, agama, dan kesusilaan sebagaimana yang di atur dalam Pasal 2 UU Desain Industri dan tata cara permohonan pendaftaran harus sesuai dengan Pasal 13 Undang-Undang No.31 Tahun 2000 tentang Desain Industri. Mengenai pelanggaran memakai desain orang lain yang sudah terdaftar untuk barang dan jasa yang sejenis, diancam dengan hukuman pidana dan denda pembayaran sejumlah uang yang telah ditentukan. UU tentang Desain Industri menyebutkan tidak semua desain industri dapat dilindungi secara hukum. Desain industri yang baru saja yang oleh negara dapat diberikan kepada pendesain. Desain industri yang mendapat perlindungan diberikan untuk desain industri yang baru. Desain industri dianggap baru apabila pada tanggal penerimaan desain industri tersebut tidak sama dengan pengungkapan yang telah ada sebelumnya.¹⁰

Dalam konteks perlindungan kekayaan intelektual, hak merek tidak secara spesifik mengatur penggunaan merek pada barang produksi orang lain. Pemilik merek terdaftar memiliki hak eksklusif terkait mereknya, memungkinkan mereka untuk menggunakan merek tersebut dan mencegah penggunaan tidak sah oleh pihak lain. Merek juga berfungsi untuk menghindari kebingungan konsumen terhadap produk. Meskipun Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tidak memberlakukan sanksi pidana bagi penggantian merek terdaftar, pelanggaran tersebut masih bisa ditangani oleh hukum lain. Salah satu cara terbaik untuk menghindari masalah hukum dan risiko kerugian bisnis adalah bekerja sama dengan perusahaan yang memproduksi produk tersebut. Perusahaan tersebut akan terikat pada aturan dan perijinan yang berlaku. Pelanggaran aturan dapat berdampak negatif pada perusahaan secara keseluruhan.

Perbuatan *rebranding* tanpa izin ini melanggar Pasal 382 KUHP yang berbunyi *"Barang siapa untuk mendapatkan, melangsungkan atau memperluas hasil perdagangan atau perusahaan milik sendiri atau orang lain, melakukan perbuatan curang untuk menyesatkan khalayak umum atau seorang tertentu, diancam, jika perbuatan itu dapat menimbulkan kerugian bagi konkuren-konkurennya atau konkuren-konkuren orang lain karena persaingan curang,*

¹⁰ Ok Saidin, *Asek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Cetakan Revisi 6, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2007), hlm. 472

dengan pidana penjara paling lama satu tahun empat bulan atau pidana denda paling banyak tiga belas ribu lima ratus rupiah."

Dalam kasus Hamlin dan Rhodey, pihak merek Rhodey tidak mengajukan gugatan perdata ataupun pidana kepada pihak Hamlin dikarenakan merek Rodhey belum terdaftar di Kementrian Hukum dan Hak Asasi Manusia RI terkhusus Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual sehingga belum memiliki perlindungan hukum yang kuat terhadap mereknya. Selain itu untuk produk tas Rhodey yang di gunakan pihak Hamlin atas *rebranding* produk tanpa izin juga dianggap sebagai pelanggaran hak desain industri, namun perlu diketahui tas produk Rhodey tersebut juga belum terdaftar di Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual sehingga pihak Hamlin diuntungkan dalam hal ini dengan mengklaim bahwa kejadian tersebut merupakan kesalahan pada pihak produsen yang memproduksi produk merek mereka. Namun merek Hamlin jelas juga kehilangan kepercayaan konsumen terhadap produk-produknya yang mengakibatkan kerugian dalam berbisnis.

C. PENUTUP

Pelanggaran Hak Merek dan Desain Industri terhadap Rebranding tanpa izin melanggar hak eksklusif pemilik merek dan desain industri. Tindakan ini tidak hanya merugikan pemilik hak dari segi keuangan dan reputasi, tetapi juga membingungkan konsumen dan mengganggu persaingan pasar yang sehat. Ketentuan tentang sanksi pidana maupun perdata untuk pelanggaran rebranding masih belum spesifik dan memadai. Penegakan hukum terhadap pelanggaran hak merek dan desain industri sering kali mengalami kendala, termasuk kurangnya kesadaran pemilik hak tentang prosedur hukum yang harus diambil serta pentingnya kerjasama antara pemilik merek/desain industri dengan pihak ketiga, seperti perusahaan yang memproduksi atau mendistribusikan produk, sangat penting untuk memastikan tidak terjadinya pelanggaran hak merek dan desain industri melalui rebranding tanpa izin.

DAFTAR PUSTAKA/ DAFTAR REFERENSI**Buku:**

- Ahmadi Miru, *Hukum Merek: Cara Mudah Mempelajari Undang-Undang Merek*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005)
- Mahlil Adriaman, *Metode Penulisan Artikel Hukum*, (Agam: Yayasan Tri Edukasi Ilmiah, 2024)
- Ok Saidin, *Asek Hukum Hak Kekayaan Inelektual*, Cetakan Revisi 6, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2007)
- Rachmadi usman, *Dasar-Dasar Hukum Kekayaan Intelektual*, Cet.1, (Jakarta: Kencana, 2021)

Jurnal:

- Agung Sujatmiko, "TinjauanFilosofis Perlindungan Hak Milik Atas Merek", *Jurnal Media Hukum Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*, Vol. 18 No 2, Desember 2011
- Budi Bahreysi, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Jual Beli Secara Online", *Delegalata Jurnal Ilmu Hukum Fakultas Hukum UMSU*, Vol. 3 No 2, Juli-Desember 2018
- Niru Anita Sinaga, "Perlindungan Desain Industri Sebagai Bagian Dari Hak Kekayaan Intelektual Di Indonesia," *Jurnal Universitas Suryadarma Jakarta*, Vol. 1 No. 1, 2016
- Ni Putu Indra Nandayani, " Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Produk Barang Palsu Konsumen Atas Produk Barang Palsu ang dijual Secara E-Commerce Dengan Perusahaan Luar Negeri", *Jurnal Kertha Semaya*, Vol.8 No.2, Februari 2020
- Zaenal Arifin dan Muhammad Iqbal, "Legal Protection Of Registered Brands", *Jurnal Ius Constituendum*, Vol 5 No.1, April 2020

Website:

- Yogama Wisnu Oktyandito, "Siapa Owner Hamlin? Diduga Jual Barang Murah Harga Selangit". <https://www.idntimes.com/business/economy/yogama-wisnu-oktyandito/siapa-owner-hamlin-yang-tersandung-kontroversi>. dikunjungi 18 Mei 2024