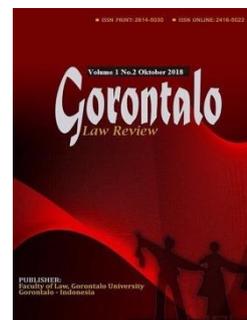


# Gorontalo Law Review

Volume 5 - NO. 2 – Oktober 2022  
E-ISSN: 2614-5030 P-ISSN: 2614-5022



## **URGENSI PUBLIKASI DALAM PENERBITAN KEKAYAAN INTELEKTUAL DI INDONESIA**

**Herlambang Adhi Nugroho**

Universitas Internasional Batam  
2052025.herlambang@uib.edu

**Ampuan Situmeang**

Universitas Internasional Batam  
ampuan.situmeang@uib.edu

**Elsa Syarief<sup>3</sup>**

Universitas Internasional Batam.  
Universitas Internasional Batam.  
elsa.syarief@uib.edu

### **Abstrak**

*Adanya kesamaan merek dagang “GEPREK BENSU” yang terdaftar dengan pemilik Benny Sudjono dan Ruben Onsu memerlukan suatu kebijakan dari Pemerintah agar hal tersebut tidak terjadi lagi. Dalam penelitian ini terdapat 2 (dua) poin yang menjadi pokok kajian permasalahan, yaitu bagaimana penerbitan desain industri dan merek dagang di Indonesia dan bagaimana solusi yang tepat agar desain industri dan merek dagang di Indonesia tidak diterbitkan ganda? Untuk mengkaji rumusan masalah, penulis menggunakan pendekatan yuridis normatif. Hasil yang diperoleh dari kajian ini bahwa penerbitan desain industri dan merek dagang dilakukan berdasarkan pendaftaran lebih awal, agar terhindar dari adanya kemiripan masyarakat perlu mempublikasi secara massif diberbagai media.*

**Kata Kunci : Kekayaan; Intelektual; Desain; Industri; Ganda; Benu**

### **Abstract**

*The similarities between the registered trademark "GEPREK BENSU" and the owners Benny Sudjono and Ruben Onsu necessitates a government strategy to prevent a recurrence. This research focuses on two aspects of the problem: how to publish artificial designs and trademarks in Indonesia, and what is the correct outcome to ensure that fake designs and trademarks in Indonesia are not published in duplicate. To analyze the problem's expression, the author employs a normative legal method. According to the findings, the allocation of fake designs and trademarks is based on early enrolment. To prevent the existence of parallels in society, it is important to disseminate extensively in vivid media.*

**Keywords: Wealth; Intellectual; Design; Industry; Dual; Bensu**

## **1. PENDAHULUAN**

Pada bulan September 2020 yang lalu, publik dihebohkan dengan adanya gugatan yang diajukan oleh Benny Sudjono terhadap merek "Geprek Bensu" yang dikelola salah satu artis Indonesia, Ruben Onsu. Penggunaan merek "Geprek Bensu" tersebut ternyata memiliki kesamaan nama dan desain kotak makanan milik pihak lain dengan nama "Geprek I am Bensu". Asal mula terjadinya persengketaan tersebut, disebabkan karena diantara kedua merek tersebut terdapat kemiripan pada logo dan kotak kemasan makanan, sehingga Benny Sudjono sebagai orang yang pertama kali mendaftarkan serta memegang hak kekayaan intelektual produk tersebut mengajukan gugatan (Bafadhal, 2018). Sesuai data Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual telah tercatat bahwa merek "Geprek Bensu" merupakan milik Benny Sudjono terhitung sejak tanggal 24 Mei 2017. Setelah resmi mengantongi hak eksklusif atas "Geprek Bensu" selanjutnya Benny Sudjono menggunakan merek tersebut pada seluruh outlet maupun restoran tempat usaha miliknya. Akan tetapi, dalam beberapa tahun terakhir Ruben Onsu juga menggunakan logo dan merek "Geprek Bensu" yang memiliki kesamaan dan kemiripan dengan Geprek milik Benny Sudjono. Atas tindakan Ruben Onsu tersebut, selanjutnya Benny Sudjono merasa keberatan dan mengajukan gugatan kepada Mahkamah Agung Republik Indonesia untuk membatalkan penerbitan kemasan makanan tersebut agar tidak menimbulkan keraguan di tengah masyarakat dan merugikan penjualan Geprek Bensu karena tidak original sebagaimana mestinya (Djumhana & Djubaedillah, 1997).

Awal mula terjadinya kemiripan Geprek Bensu tersebut diduga karena adanya keterlibatan dari Jordi Onsu selaku adik Ruben Onsu dimana pada saat itu dipercayakan sebagai manager operasional dari usaha Geprek Benny Sudjono dengan merek "I am Geprek Bensu" dan kemudian dalam pengelolaan usaha tersebut berkembang dengan pesat dan membuka cabang (*outlet*). Selanjutnya, untuk meningkatkan minat pembeli terhadap merek dagang "Bensu" tersebut, penggugat menggunakan jasa Ruben Onsu selaku brand ambassador dan memberikan royalti atau bagi hasil kepada tergugat dengan jumlah sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak.

Selanjutnya, demi menciptakan kepastian dalam legalisasi hak atas kekayaan intelektual merek "Geprek Bensu" berdasarkan gugatan dari Benny Sudjono, Mahkamah Agung telah memutuskan perkara tersebut melalui Putusan Nomor 16/Pdt.Sus.Desain Industri/2020/PN.Niaga.Jkt. Pst. Dalam ammar putusan dinyatakan bahwa Benny Sujono ditetapkan sebagai pemilik hak dan pendaftar pertama (*first to file*) atas merek "Geprek Bensu" dan berhak secara penuh untuk

mempromosikan dan menggunakan merek dagang dimaksud. *First to file* ” merupakan suatu sistem yang menjadi parameter dalam menentukan pemegang hak kekayaan intelektual yang dimiliki oleh setiap orang di Indonesia.

Kesamaan dalam suatu merek dapat dikategorikan sebagai tindakan pelanggaran kekayaan intelektual (Lindsey et al., 2006). Mengingat perkembangan zaman dan teknologi saat ini, jenis pelanggaran KI sangat beragam dan kompleks (Djumhana & Djubaedillah, 1997). Berikut beberapa bentuk pelanggaran KI, diantaranya “pemalsuan, pembajakan, penyadapan, pembocoran informasi rahasia, persaingan tidak sehat, menjual atau memperdagangkan barang tidak original (Budi & Syamsudin, 2004; Saidin, 2004). Atas tindakan pelanggaran dimaksud, selain merugikan pemegang hak kekayaan intelektual saja, melainkan turut berdampak pada kepentingan umum (Budi & Syamsudin, 2004). Pelanggaran terhadap KI pada umumnya dipengaruhi alasan dari individu dalam hal ini pelaku usaha untuk memperoleh keuntungan yang besar apabila telah terdaftar secara resmi dan meningkatkan minat pembeli (Rizaldi, 2009).

Kesamaan atau kemiripan merek Geprek Bensu milik Benny Sudjono dan Ruben Onsu menurut peneliti seharusnya tidak terjadi, mengingat bahwa ketentuan peraturan perundang-undangan telah menjamin mekanisme pendaftaran suatu merek yang dapat dimohonkan tidak boleh bertentangan dengan ketentuan Pasal 21 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2006 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang menyatakan bahwa “Permohonan ditolak jika Merek tersebut mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek terdaftar milik pihak lain atau dimohonkan lebih dahulu oleh pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis”.

Apabila desain dan logo “Geprek Bensu” yang sudah terkenal di kalangan masyarakat dengan cita rasa yang khas jika dibiarkan beredar 2 (dua) merek yang sama namun pemiliknya berbeda, tentu akan berdampak negatif tidak hanya bagi pemilik asal, melainkan juga kepada seluruh masyarakat yang akhirnya tidak mendapatkan produk dengan merek resmi yang telah dikenal oleh konsumen. Sehingga untuk menghindari adanya kesamaan dalam penerbitan merek suatu produk, Pemerintah seharusnya mempublikasi merek maupun desain dari produk yang akan didaftarkan oleh pemohon sebelum memberikan hak eksklusif pemegang KI. Tujuannya agar masyarakat atau konsumen dapat memberikan masukan melalui Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual dalam hal terdapat kesamaan atau kemiripan yang kemudian dapat menolah permohonan pengajuan merek dimaksud seperti halnya kasus Geprek Bensu. Mengacu pada latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji lebih mendalam terkait urgensi publikasi dalam penerbitan kekayaan intelektual di Indonesia.

## **2. METODE PENELITIAN**

Dalam memperoleh hasil penelitian ilmiah berkaitan dengan publikasi dalam penerbitan kekayaan intelektual di Indonesia serta menjawab perumusan masalah, peneliti menggunakan pendekatan penelitian hukum normatif (yuridis normatif) (Marzuki, 2005). Penelitian hukum normatif merupakan jenis penelitian yang dapat digunakan untuk mengembangkan ilmu yang berkaitan dengan hukum atau perundang-undangan (*statute approach*). Adapun kolerasi yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu berkenaan dengan kekayaan intelektual khususnya di bidang merek. Selanjutnya, dalam mengkaji rumusan masalah yang ada, peneliti memakai sekunder yang terdiri atas bahan hukum primer, sekunder serta tersier. Bahan hukum primer meliputi “UU Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis”. Sebagai bahan hukum sekunder yang menunjang kajian ilmiah ini, peneliti menggunakan pendapat hukum yang bersumber dari buku-buku, koran, dan jurnal yang berkenaan langsung dengan penelitian. Bahan

Hukum Tersier, terdiri dari sumber yang berasal dari media internet. Data yang telah diperoleh kemudian diolah melalui teknik studi kepustakaan (*library research*), terhadap ketentuan peraturan perundang-undangan serta literatur-literatur yang memiliki kaitan langsung dengan kekayaan intelektual dan desain industri serta buku-buku hukum lainnya. Dari data yang peneliti peroleh tersebut, selanjutnya dilakukan analisis terhadap ketentuan pasal yang berkaitan langsung dengan pokok permasalahan melalui pisau analisis berupa teori Perlindungan Hukum sebagaimana dikemukakan Philipus (1987).

### **3. PEMBAHASAN**

#### **a. Sistem Penerbitan Desain Industri dan Merek di Indonesia**

Sebagai Negara yang dilandasi pada hukum dan Pancasila, Pemerintah telah menetapkan bahwa setiap penyelenggaraan kegiatan yang dilakukan masyarakat harus tunduk pada ketentuan sebagaimana telah dilegalisasi melalui suatu peraturan (Soekardono, 1983). Hal ini dapat dimaknai bahwa tidak ada seorang pun yang dapat bertindak secara bebas sesuai dengan kehendak pribadi (Soejatin, 1980). Begitu pun terhadap kekayaan intelektual yang berasal dari cipta, rasa dan kemampuan yang berasal dari pikiran manusia, yang biasa kita kenal dengan istilah “kekayaan intelektual” atau *intellectual property rights*. Menurut pendapat para ahli hukum, KI dapat didefinisikan secara beragam namun dengan esensi yang hampir sama. Diantaranya menurut Syafrinaldi, Fahmi dan Abdi Almakstur yang mengartikan bahwa KI merupakan suatu hak yang asal mulanya bersumber dari pemikiran manusia, kemudian menghasilkan atau menciptakan produk. Dalam menciptakan produk tersebut harus terdapat proses atau tahapan yang memiliki dayaguna. Disamping pemikiran tersebut, Iswi Hariyani berpendapat bahwa KI merupakan bagian dari hak secara yuridis dan bersifat eksklusif (khusus) yang diberikan kepada pemilik karya cipta serta penemunya dan bersifat original dan terbaru. Lebih lanjut, (Djumhana & Djubaedillah, 1993) juga memberi batasan pengertian terkait KI, yaitu hak yang bersumber dari aktivitas maupun kegiatan manusia yang memiliki kreativitas serta dapat ditunjukkan kepada masyarakat umum serta memiliki nilai ekonomis bagi pemilik KI (Syafrinaldi & Almakstur, 2008).

Sebagai hak privat, setiap Penemu atau Pencipta KI memiliki hak serta kebebasan untuk mendaftarkan KI yang dihasilkan serta menggunakan kembali hasil temuannya. Untuk membedakan pencipta atau penemu dari suatu KI, Pemerintah menetapkan bahwa setiap orang yang pertama kali mendaftarkan KI termasuk desain industri kepada Negara merupakan pemegang hak eksklusif. Hal ini bertujuan untuk mengapresiasi atau menghargai setiap karya cipta yang ada serta meningkatkan kreativitas serta menarik minat masyarakat untuk terus mengembangkan KI. Adapun yang termasuk kreasi dalam bidang KI meliputi invensi, karya sastra, karya seni, nama, symbol, citra, nama, serta setiap desain dalam dunia perdagangan.

Ketentuan mengenai tata cara pendaftaran Merek diatur dalam Pasal 4 sampai dengan Pasal 19 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Pengajuan merek diajukan kepada Direktorat KI Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia. Dalam hal permohonan yang disampaikan telah memenuhi persyaratan, selanjutnya Direktorat KI mengumumkan permohonan pendaftaran Merek yang telah memenuhi persyaratan selama jangka waktu (6) enam bulan dengan cara memasang papan pengumuman khusus yang mudah dan jelas terlihat oleh umum dan dalam Berita Negara. Marks, yang diterbitkan secara berkala oleh Direktorat KI (Sanityastuti, 2009). Dalam jangka waktu pengumuman tersebut, setiap orang dapat mengajukan keberatan secara tertulis atas permohonan pendaftaran merek yang diperebutkan apabila terdapat alasan dan bukti yang

cukup bahwa merek yang dimohonkan pendaftarannya melanggar ketentuan “Pasal 4-19 UU No. 20 Tahun 2016”. Setelah masa pengumuman selesai, apabila terdapat sanggahan atau tidak sama sekali atas permohonan merek dimaksud, Direktorat Merek dapat melanjutkan dengan melakukan pemeriksaan secara substantif.

Dalam hal terdapat kemiripan atau kesamaan pada atas permohonan merek yang diajukan, Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual dapat membatalkan pendaftaran Merek dengan mencoret Merek yang bersangkutan dari Daftar Umum Merek serta menandai penyebab dan tanggal pembatalan. Pembatalan pendaftaran dikirim secara tertulis kepada pemilik merek atau agennya, dengan menyebutkan alasan pembatalan dan menyatakan bahwa sejak tanggal penghapusan dari daftar umum merek, sertifikat merek akan dinyatakan tidak berlaku. Adapun yang dimaksud dengan persamaan pada hakekatnya adalah kemiripan suatu unsur tertentu dari suatu merek dengan merek lain yang sangat menonjol, sedemikian rupa sehingga tampak adanya kesamaan bentuk, tulisan, penentuan atau kombinasi dari setiap unsur atau kesamaan bunyi ujaran dalam merek tersebut. Sedangkan yang dimaksud dengan persamaan pada bentuk yaitu suatu kesamaan atau kemiripan pada rupa atau tampilan dari satu merek terhadap merek lainnya (Ruslan, 2003).

Selain daripada itu kesamaan atas suatu merek juga dapat dikategorikan apabila terdapat tambahan berupa huruf maupun kata pada merek lainnya. Sementara yang dimaksudkan sebagai persamaan cara penempatan yaitu kesamaan terhadap posisi maupun letak dari suatu merek maupun merek lainnya. Kesamaan atas cara penempatan dalam hal ini dapat berbentuk tindakan menempatkan suatu logo maupun suatu tulisan dari merek lainnya. Selanjutnya yang dimaksudkan dengan persamaan cara penulisan yaitu, suatu kesamaan atau kemiripan dari tulisan sebuah merek terhadap merek lainnya. Pada prakteknya, kesamaan atas penulisan satu merek dengan merek lainnya seringkali terjadi pada setiap konsumen. Dimana penulisan tersebut sangat mirip dengan jenis huruf yang juga hampir sama digunakan.

Kemiripan kombinasi komponen merupakan kesamaan antara elemen merek dengan merek lain. Kemiripan kombinasi komponen yang dipermasalahkan, seperti adanya kombinasi atau campuran persamaan bentuk, persamaan teknik penempatan, persamaan cara penulisan, serta persamaan ucapan atau bunyi. Selain persamaan sebagaimana tersebut di atas, juga dikenal persamaan atas unsur warna, komposisi produk, huruf, serta kesamaan kelas dalam merek. Kemudian terdapat pula kesamaan atau persamaan dalam bunyi maupun ucapan yang berdasarkan dari lafal maupun bunyi apabila diucapkan dalam suatu merek. Kesamaan pada ucapan dapat dimaknai bilamana menimbulkan suatu kebingungan terhadap konsumen yang mendengar bunyi dari pengucapan merek tersebut. Persamaan bicara ini memiliki kualitas yang membingungkan ketika didengar. Adanya kesamaan dalam pengucapan merek pada umumnya sangat berkenaan dengan penulisan merek tersebut, hal ini dikarenakan bahwa antara bunyi dan penulisannya terdapat kemiripan. Kesamaan atas pengucapan juga memiliki kaitan dengan cara penempatan.

Secara khusus, "UU No. 20 Tahun 2016" mengatur tentang penghapusan merek, yang menyatakan dalam Pasal 16 ayat (1) bahwa “Pencabutan pendaftaran Merek dari Daftar Umum Merek dapat dilakukan atas prakarsa Direktorat Jenderal. atau berdasarkan permohonan pemilik merek”. Sehingga untuk menghindari adanya penghapusan atas merek yang telah didaftarkan maka setiap merek yang telah resmi tersebut harus segera dimanfaatkan serta digunakan pada

seluruh tahapan kegiatan maupun produksi suatu barang maupun jasa yang telah terdaftar.

Sejalan dengan ketentuan mengenai pembatalan terhadap merek yang memiliki persamaan pada pokoknya, Jumhana dan Djubaedah mengemukakan alasan lain atas pembatalan terhadap kekayaan intelektual, antara lain:

- 1) Terdapat kesamaan atas pokok atau seluruh merek, cipta, desain industri, paten dari suatu barang maupun jasa yang telah didaftarkan secara resmi dan termasuk dalam kelas yang sama.
- 2) Terdapat pengguna ilegal dari suatu merek atau produk kekayaan intelektual lainnya yang telah resmi didaftarkan kepada negara.
- 3) Tindakan meniru nama atau singkatan nama, bendera, lambang atau lencana, atau label dari negara, lembaga nasional dan internasional secara melawan hukum (illegal) (Khairandy, 2006).

Pengaturan lebih lanjut mengenai pembatalan merek tertuang dalam Pasal 69 UU 20 Tahun 2006, yang menyatakan bahwa “gugatan pembatalan pendaftaran merek hanya dapat diajukan dalam jangka waktu 5 (lima) tahun sejak tanggal pendaftaran Merek”. Tidak ada batasan waktu untuk mengajukan mosi untuk pemberhentian suatu kasus. Namun, selama merek atau desain industri yang bersangkutan bertentangan dengan nilai moral, standar kesusilaan, dan ketertiban umum, maka tidak dapat digugat. Selanjutnya apabila terdapat putusan pengadilan terhadap pembatalan suatu merek maupun KI, maka pemohon dapat mengajukan kasasi atau banding. Sehingga selanjutnya Dirjen KI akan melaksanakan putusan pembatalan merek atau desain industri dimaksud yang kemudian membuat pengumuman resmi Daftar Umum Merek pada Berita Resmi Merek. Setelah melakukan pengumuman tersebut, selanjutnya Dirjen KI melakukan pencoretan atas merek maupun desain industri yang telah dibatalkan. Dalam pencoretan tersebut juga disertakan tanggal maupun catatan mengenai alasan pencoretan dimaksud. Merek atau Desain Industri yang telah dinyatakan tidak berlaku kemudian diajukan secara tertulis kepada pejabat pemilik merek atau kuasanya, disertai alasan pembatalan dan tanggal penghapusan dari daftar umum merek, dan sertifikat. merek yang bersangkutan akan dinyatakan tidak berlaku. Kemudian apabila dikemudian hari terdapat gugatan atas suatu merek terdaftar, maka setiap orang dapat menyelesaikan permasalahan yang ada melalui Lembaga Arbitrase atau Lembaga penyelesaian sengketa (Semaun, 2016).

#### **b. Solusi Agar Desain Industri dan Merek Tidak Terbit Ganda di Indonesia**

Sebelum UU No. 20 Tahun 2016 berlaku, Undang-Undang Merek diatur dalam UU No. 15 Tahun 2001, yang memiliki berbagai batasan yang mengatur pendaftaran merek. Pada tahun 2001, keberadaan terhadap suatu merek dapat diakui setelah adanya tahapan pengumuman oleh Dirjen KI pasca dilaksanakannya pemeriksaan secara substantif. Adanya pemeriksaan substantif tersebut kemudian akan menentukan disetujui atau tidaknya suatu permohonan merek oleh pemohon. Sementara itu, dalam perkembangan hukum sesuai amanat “UU No.20 Tahun 2016” terdapat perubahan dalam penetapan suatu merek yang diatur dalam Pasal 14 yang berbunyi:

- “(1) Menteri mengumumkan permohonan dalam Berita Resmi Merek dan waktu paling lama 15 (lima belas) hari terhitung sejak tanggal penerimaan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 13.
- (2) Pengumuman permohonan dalam Berita Resmi Merek sebagaimana dimaksud pada ayat (1) berlangsung selama 2 (dua) bulan”.

Dalam memperoleh pengakuan terhadap pemilikan KI harus melalui tahapan publikasi atau pengumuman melalui direktorat jenderal KI. Untuk pengajuan merek sendiri telah ditetapkan dalam jangka waktu 2 (dua) bulan sebagaimana

ketentuan tersebut di atas. Dilihat dari definisinya publikasi merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk mengenalkan suatu hal baik berupa benda maupun produk kepada khayalak umum agar mudah dikenali. Lebih lanjut, definisi pengumuman juga telah dikemukakan oleh beberapa ahli komunikasi, antara lain Mulyati yang menyebut pengumuman sebagai alat komunikasi yang dapat dipergunakan oleh seseorang untuk mengumumkan sesuatu. Kemudian, menurut pendapat Pulubuhu dan Pateda, bahwa pengumuman merupakan surat yang disampaikan secara terbuka serta dapat ditunjukkan atau dimuat melalui majalah, koran, atau surat kabar elektronik lainnya. Adapun pihak yang memiliki kewenangan untuk menyampaikan adanya pengumuman terkait pendaftaran merek maupun desain industri adalah Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Tahapan publikasi terhadap pendaftaran merek maupun desain industri serta bentuk kekayaan intelektual lainnya merupakan bagian dari wujud perlindungan hukum yang nyata bagi masyarakat. Pemilikan atas kekayaan intelektual dapat mencegah adanya upaya maupun tindakan imitasi serta penipuan yang dilakukan oleh pihak yang tidak bertanggungjawab sehingga dapat menimbulkan kerugian moril maupun materiil dari pemilik atau pemegang hak yang sah. Hal ini sangat sejalan dengan teori Perlindungan Hukum yang merupakan hasil pemikiran dari Philipus (1987).

Dalam pandangan Hadjon, dikemukakan bahwa perlindungan hukum merupakan bagian dari bentuk nyata pengamalan nilai-nilai Pancasila yang merupakan ideologi bangsa. Kaitannya dengan kekayaan intelektual yang merupakan hak asasi manusia, yaitu hak bebas untuk berkreasi, maka ada kewajiban yang juga harus dilaksanakan oleh manusia. Selain kewajiban yang harus ditaati, maka dalam perlindungan hukum juga ada Batasan serta peran Negara. Tujuan serta bentuk perlindungan hukum yang dikenal dalam teori ini ada 2 (dua), yakni sebagai Sarana Perlindungan Hukum Preventif dan Sarana Perlindungan Hukum Represif.

a. Sarana Perlindungan Hukum Preventif

Dalam sarana perlindungan hukum preventif setiap subjek hukum memiliki hak untuk mengajukan keberatan atau pertimbangan sebelum adanya keputusan final dari pengambil kebijakan atau Pemerintah. Hal ini bertujuan untuk menghindari adanya persengketaan, perlindungan hukum secara preventif tidak hanya berfungsi bagi konsumen atau masyarakat yang dalam hal ini adalah pemilik kekayaan intelektual, namun juga memiliki dampak dan manfaat yang sangat nyata bagi pemerintahan dalam bertindak. Perlindungan hukum secara preventif ini sendiri merupakan bagian dari upaya penegakan hukum di tengah masyarakat mengingat banyaknya kebijakan yang akan diberlakukan kepada khalayak luas.

b. Sarana Perlindungan Hukum Represif

Disamping tindakan preventif, Hadjon juga mengemukakan bahwa dalam konsep perlindungan hukum juga terdapat bentuk represif. Perlindungan hukum secara represif ini sendiri merupakan kebalikan dari perlindungan preventif. Sehingga tujuannya adalah bukan untuk menghindari permasalahan namun untuk menyelesaikan suatu permasalahan yang timbul. Tindakan penyelesaian masalah di Indonesia dapat dilakukan oleh Pengadilan Umum maupun Pengadilan Administrasi. Dengan adanya sarana perlindungan hukum represif maka nilai-nilai hak asasi manusia dapat diakui dan dijunjung tinggi yang bersumber dan bertumpu dari konsep tentang pengakuan. Lahirnya perlindungan atas nilai HAM berasal dari konsep Negara Barat karena adanya tindakan pelanggaran HAM di tengah masyarakat dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia karena menurut sejarah

dari barat. Sebagai negara yang mengutamakan hukum sebagai dasar negara, perlindungan hukum merupakan bentuk pembatasan kewajiban masyarakat agar dapat berjalan sesuai dengan yang telah diamanatkan dalam ketentuan perundang-undanganyang ada.

Pada hakekatnya, pelanggaran merek di Indonesia adalah akibat dari konsumerisme penduduk setempat. Masyarakat di Indonesia memiliki kecenderungan untuk menyukai barang-barang asing (*label minded*), terutama jika barang tersebut adalah merek terkenal. Namun, daya beli masyarakat yang buruk menghalangi mereka untuk memperoleh barang-barang internasional yang harganya seringkali lebih besar daripada barang-barang domestik. Hal ini memotivasi pelaku komersial atau produsen yang berniat jahat untuk melakukan pelanggaran merek. Pelanggaran merek sering dimotivasi oleh keinginan untuk menghasilkan keuntungan besar dalam perdagangan, yang biasanya dicapai dengan menggunakan nama merek terkenal. Pada kenyataannya, ada beberapa contoh pemalsuan atau meniru perusahaan terkenal dengan tujuan menghasilkan keuntungan yang cepat. Dalam hal ini, pemilik merek terkenal tidak diragukan lagi sangat terpengaruh, karena dapat merusak omset penjualan dan kepercayaan pelanggan pada kualitas merek. Tuntutan ganti rugi dan/atau penghentian tindakan yang terkait dengan penggunaan merek secara tidak sah tentu dapat diterima, karena tindakan tersebut sangat merugikan pemilik merek yang sah. Selain kerugian ekonomi langsung, pemalsuan dapat merusak reputasi merek jika produk atau layanan palsu memiliki kualitas yang lebih rendah daripada yang menggunakan merek dagang secara sah (Shahrullah et al., 2021).

Desain Industri adalah suatu kreasi yang menyangkut bentuk, konfigurasi, atau susunan garis dan warna, atau kombinasinya, dalam tiga atau dua dimensi, yang memberikan kesan estetis, dapat diwujudkan dalam pola tiga dimensi atau dua dimensi, dan dapat digunakan untuk memproduksi suatu produk, barang, komoditas industri, atau kerajinan tangan. Dari perspektif ini, produk atau produk merupakan perpaduan antara kreativitas dan teknis dalam proses pengembangan barang-barang industri dengan maksud dapat digunakan oleh orang atau pengguna dan sebagai hasil dari penciptaan sistem manufaktur. Menurut pengertian desain industri dalam Undang-Undang Desain Industri, segala sesuatu dianggap sebagai desain industri jika memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- a. produksi bentuk, susunan, atau komposisi garis, warna, atau garis dan warna atau kombinasinya dalam bentuk tiga dimensi atau dua dimensi.
- b. memberikan kesan estetis.
- c. dapat dicapai dalam desain tiga dimensi atau dua dimensi.
- d. untuk menghasilkan produk, komoditas industri, atau kerajinan tangan.

Hak Desain Industri berdasarkan Pasal 1 Ayat (5) UU Desain Industri adalah “hak eksklusif yang diberikan oleh negara Republik Indonesia kepada pendesain atas hasil kreasinya untuk selama waktu tertentu melaksanakan sendiri, atau memberikan persetujuannya kepada pihak lain untuk melaksanakan hak tersebut”.

Dari uraian definisi desain industri sebagaimana tersebut diatas, ditarik kesimpulan bahwa dengan diperolehnya hak dari negara dikarenakan bahwa pemilik dari desain tersebut telah mendaftarkan hasil desain industrinya kepada Dirjen KI. Berikut topik-topik yang termasuk dalam desain industri atau yang merupakan penerima hak desain industri, antara lain:

- a. desainer atau yang memperoleh hak tersebut dari desainer.
- b. perancang dengan dua orang atau lebih yang bekerja bersama-sama, disediakan secara bersama-sama kecuali ada perjanjian lain.

Selain itu, ruang lingkup desain industri meliputi:

- a. Pemegang hak Desain Industri memiliki hak eksklusif untuk menggunakan hak Desain Industri dan melarang orang lain membuat, menggunakan, menjual, mengimpor, mengeksport, dan/atau mendistribusikan barang yang diberikan hak Desain Industri tanpa persetujuannya.
- b. Penggunaan Desain Industri untuk kepentingan pendidikan dan penelitian, sepanjang tidak mempengaruhi kepentingan yang sah dari pemegang hak Desain Industri. Setiap orang Indonesia berhak atas perlindungan dari pemerintah, termasuk perlindungan hak desain industri.

Terhadap setiap desain industri yang telah terdaftar akan memperoleh perlindungan dari Negara, baik itu perlindungan berupa hak ekonomi maupun terhadap hak moral. Kedua perlindungan atas hak tersebut akan sangat memadai jika berkaitan dengan desain maupun kreasi desain industri yang memiliki nilai ekonomis serta berdampak luas bagi masyarakat serta Negara. Dengan adanya perlindungan hukum tersebut tentu saja berbanding positif dengan iklim industri yang baik, mengingat bahwa terhadap desain industri itu sendiri memiliki beberapa ketentuan, yang antara lain:

- a. Adanya pemberian insentif ataupun kemudahan bagi seluruh kegiatan penelitian atas desain industri yang bertujuan untuk mengembangkan suatu karya maupun temuan yang kreatif sehingga tercipta kepastian hukum yang dapat menghindari pemilikan KI dari gugatan pihak lainnya.
- b. Adanya perlindungan hukum atas peniruan atau imitasi terhadap desain industri dalam persaingan usaha di tengah masyarakat diharapkan dapat meminimalisir tindakan yang menyalahgunakan hak atas desain industri sebagaimana telah dipertegas dalam ketentuan Pasal 2 UU Desain Industri.

Dalam UU dimaksud memang tidak disebutkan adanya batasan suatu desain industri dapat dikatakan sama ataupun tidak. Akan tetapi, pemahaman terhadap kemiripan dari suatu desain industri sendiri dapat dikenal dengan istilah "identical immaterial". Meskipun dari segi konfigurasi masih terdapat perbedaan namun tetap dianggap tidak sama dalam "Pasal 2 ayat (2) UU Desain Industri". Desain industri juga merupakan bagian dari KI yang tetap harus dilindungi oleh Negara. Semakin berkembangnya sektor industri di Indonesia menyebabkan munculnya beberapa pelanggaran. Salah satunya dalam bidang desain industri, padahal perjanjian desain industri sudah ada. Dalam konteks desain industri, perselisihan dapat dicirikan sebagai ketidaksepakatan antara para pihak tentang hak desain industri yang ditimbulkan oleh penggunaan hak desain industri secara tidak sah oleh pihak lain. Penggunaan hak desain industri secara tidak sah meliputi pembuatan, penjualan, impor, ekspor, dan distribusi desain industri terdaftar. Hal ini menyebabkan munculnya konflik desain industri perdata dan pidana. Permasalahan di bidang desain industri di Indonesia seringkali dikaji melalui jalur hukum oleh pihak-pihak yang tidak puas yang tidak memahami sistem penyelesaian sengketa terkait desain."

Untuk menghindari adanya penerbitan terhadap kekayaan intelektual yang memiliki kesamaan unsur, baik terhadap merek maupun desain industri maka Pemerintah dapat bersinergi dengan Pemerintah Daerah dalam mewujudkan publikasi secara menyeluruh yang menjangkau lapisan masyarakat baik di tingkat pusat hingga ke daerah terpencil sekalipun. Direktorat KI yang memiliki perpanjangan tangan di setiap provinsi di Indonesia dapat bekerjasama dengan seluruh Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM untuk mengumumkan atau mempublikasikan permohonan merek maupun desain industri oleh Pemohon.

Publikasi tersebut dapat dilaksanakan dalam rentang waktu yang cukup, misalnya lebih dari 6 (enam) bulan. Pertimbangan tersebut peneliti dasarkan pada pemikiran bahwa jika dilihat dari UU Merek dan Indikasi Geografis, terhadap

pengumuman dalam pendaftaran KI hanya dimiliki oleh Dirjen KI saja. Hal inilah yang menurut peneliti perlu dimaksimalkan lagi agar jika terdapat kemiripan dalam logo maupun merek yang didaftar, Kantor Wilayah dapat melaporkan ke Dirjen KI untuk menolak permohonan dimaksud sebagaimana yang terjadi pada kasus Geprek Benu. Publikasi tersebut dapat dilakukan melalui berbagai media social kekinian, seperti website, Instagram, maupun pengumuman langsung di berbagai wilayah daerah hingga kelurahan/desa.

#### 4. PENUTUP

Penerbitan desain industri dan merek dagang dalam hal ini Geprek yang dimiliki oleh Benny Sudjono dan Ruben Onsu yang terdaftar pada Dirjen KI Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia telah sejalan dengan amanat UU Nomor 20 Tahun 2016, dimana pengajuan merek dagang dan desain industri tersebut telah memenuhi persyaratan administratif serta melalui pemeriksaan substantif sehingga keduanya memiliki kekuatan hukum.

Solusi yang tepat agar desain industri dan merek di Indonesia tidak diterbitkan ganda yaitu dalam setiap pengajuan atau permohonan pendaftaran merek dagang dan desain industri oleh pemohon, Pemerintah seharusnya melakukan publikasi terhadap adanya pendaftaran oleh pemohon dengan waktu yang lebih panjang dan melakukan pengujian dengan cara mengumumkan di setiap provinsi di Indonesia agar tidak terdapat keberatan jika terhadap kemiripan merek maupun desain industri pada pokoknya.

#### 5. DAFTAR PUSTAKA

- Bafadhhal, T. (2018). Perlindungan Hukum terhadap Merek Terkenal di Indonesia. *Undang: Jurnal Hukum*, 1(1), 21–41.
- Budi, A. R., & Syamsudin, M. (2004). Hak kekayaan Intelektual dan budaya Hukum. *Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada*.
- Djumhana, M., & Djubaedillah, R. (1993). *Hak Milik Intelektual: Sejarah, Teori dan Prakteknya di Indonesia*. Citra Aditya Bakti.
- Djumhana, M., & Djubaedillah, R. (1997). *Hak Milik Intelektual (Sejarah, teori dan Prakteknya)*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Khairandy, R. (2006). Pengantar Hukum Dagang. *FH UII PRES, Yogyakarta*.
- Lindsey, T., Damian, E., Butt, S., & Utomo, T. S. (2006). Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar. *Bandung: Alumni*, 252.
- Marzuki, P. M. (2005). *Penelitian Hukum (Jakarta: Kencana Prenada Media Group)*.
- Philipus, M. H. (1987). Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia. *Bina Ilmu, Surabaya*, 25.
- Rizaldi, J. (2009). *Perlindungan kemasan produk merek terkenal terhadap persaingan curang di Indonesia dikaitkan dengan Undang-Undang Merek dan TRIPs-WTO*. Alumni.
- Ruslan, R. (2003). Ilmu, teori dan filsafat komunikasi. *Bandung: Citra Aditya Bakti*, 200.
- Saidin, O. K. (2004). Aspek hukum hak kekayaan intelektual (Cetakan ke-4). *PT Raja Grafindo Perkasa*.
- Sanityastuti, M. S. (2009). Dasar-Dasar Public Relation. *Yogyakarta: Sukses offset*.
- Semaun, S. (2016). Perlindungan Hukum Terhadap Merek Perdagangan Barang Dan Jasa. *DIKTUM: Jurnal Syariah dan Hukum*, 14(1), 108–124.
- Shahrullah, R. S., Girsang, J., Amboro, F. Y. P., & Novita, N. (2021). Kepastian Hukum Merek Tiga Dimensi dan Desain Industri: Studi Perbandingan Hukum di Indonesia, Amerika dan Australia. *University Of Bengkulu Law Journal*, 6(1), 60–81.
- Soejatin, R. (1980). Hukum Dagang I dan II,. *Cetakan Ketiga, 1980, Jakarta: Pradnya Paramita*.

Soekardono, R. (1983). *Hukum Dagang Indonesia, Jilid 1, Cetakan ke-8*. Jakarta: Dian Rakyat.

Syafrinaldi, F., & Almaktsur, M. A. (2008). *Hak Kekayaan Intelektual*. Pekanbaru: Suska Press.