



FORSCHUNGSFORUM LAW JOURNAL

FORUM RISET DAN DEBAT MAHASISWA
FAKULTAS HUKUM UPN VETERAN JAKARTA

Vol. 1 No. 3 Tahun 2024

Analisis Yuridis Terkait Penggunaan Logo Perusahaan Untuk Tujuan Komrsial Dikaitkan dengan Hak Kekayaan Intelektual

Juridical Analysis of the Use of Company Logos for Commercial Purposes in Relation to Intellectual Property Rights

Raymond Marhehetua Hutahaean¹

¹ Fakultas Hukum, Universitas Pakuan, Email: raymondhutahaean994@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini membahas analisis yuridis penggunaan logo perusahaan untuk tujuan komersial dalam perspektif hak kekayaan intelektual (HKI). Logo perusahaan merupakan salah satu aset penting yang melambangkan identitas dan reputasi perusahaan. Penggunaan logo tanpa izin dapat menimbulkan pelanggaran HKI, khususnya hak cipta dan merek dagang. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peraturan hukum yang berlaku terkait perlindungan logo perusahaan, serta implikasi hukum yang muncul akibat penyalahgunaan logo tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah metode yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan analisis kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan logo perusahaan di Indonesia telah diatur dalam undang-undang, namun masih terdapat tantangan dalam penerapan hukumnya. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang pentingnya perlindungan logo perusahaan dan implikasi hukumnya bagi pemilik hak serta pihak-pihak yang terlibat dalam penggunaan logo untuk tujuan komersial.

Kata Kunci: Hak Kekayaan Intelektual, Logo Perusahaan, Hak Cipta, Merek Dagang, Perlindungan Hukum,

Abstract: This research discusses the juridical analysis of the use of company logos for commercial purposes from the perspective of intellectual property rights (IPR). Company logos are one of the important assets that symbolize a company's identity and reputation. Unauthorized use of logos can lead to IPR violations, particularly copyright and trademark rights. This study aims to explore the applicable legal regulations related to the protection of company logos and the legal implications arising from their misuse. The research method used is normative juridical with a legislative approach and case analysis. The results of the study indicate that the protection of company logos in Indonesia has been regulated by law, but there are still challenges in its implementation. This research is expected to provide a deeper understanding of the importance of protecting company logos and the legal implications for rights holders and parties involved in the use of logos for commercial purposes.

Keywords: Intellectual Property Rights, Company Logo, Copyright, Trademark, Legal Protection.

1. Pendahuluan

Mungkin timbul pertanyaan, apa yang dimaksud dengan HKI? Mengenai hal ini dalam literatur HKI ada beberapa definisi, yakni:

- a. W.R. Cornish, memberi rumusan sebagai berikut Intellectual Property Rights protects applicants of ideas and informations that are of commercial value (W .R. Cornish, 1989).
- b. Sri Redjeki Hartono mengemukakan, bahwa Hak Milik Intelektual pada hakekatnya merupakan suatu hak dengan karakteristik khusus dan istimewa, karena hak tersebut diberikan oleh negara. Negara berdasarkan ketentuan UU, memberikan hak khusus tersebut kepada yang berhak, sesuai dengan prosedur dan syarat-syarat yang harus dipenuhi (Sri Redjeki Hartono, 1993).

Jadi hakikat HKI adalah adanya suatu kreasi (*creation*). Kreasi ini mungkin dalam bidang Kesenian (*Art*) atau dalam Bidang Industri ataupun dalam Ilmu Pengetahuan atau kombinasi antara ketiganya. Oleh karena itu, apabila seseorang ingin hak kekayaan intelektualnya mendapat perlakuan khusus atau tepatnya dilindungi oleh hukum harus mengikuti prosedur tertentu yang ditetapkan oleh negara. Prosedur yang dimaksud di sini tiada lain adalah melakukan pendaftaran HKI di tempat yang sudah ditentukan oleh UU. Perlunya pendaftaran tersebut mengingat, HKI di era globalisasi ini arus informasi begitu cepat sehingga hampir tidak ada batas antar negara (*borderless state*). Oleh karena itu tidaklah mengherankan jika HKI adalah merupakan salah satu objek bisnis yang cukup diminati oleh seluruh pelaku bisnis, karena dianggap dapat segera mendatangkan keuntungan, ketimbang harus memulai dari nol. Sebagaimana yang dikemukakan oleh S. Kajatmo", dalam era perdagangan dunia sekarang ini hendaknya hak cipta segera didaftarkan agar setiap pencipta, penemu atau pelaku ekonomi tidak akan mudah dijatuhkan pihak lain.

Jadi di sini terlihat, bahwa lembaga pendaftaran dalam mendapatkan pengakuan HKI mempunyai peranan yang cukup penting dalam dunia bisnis, mengapa? Karena ada jenis HKI yang secara teoritis tidak perlu didaftarkan, namun tetap dilindungi, dalam arti bila hasil karyanya diumumkan oleh yang berhak, maka pada saat itu hak tersebut sudah dilindungi. Hanya saja, apabila ada pelanggaran HKI sulit untuk membuktikan bagi pemegang HKI yang tidak mendaftarkan haknya. Sebaliknya bisa terjadi, orang lain yang mendaftarkan hak tersebut. Perhatikan misalnya kasus batik yang dibuat di Indonesia, yang didaftarkan oleh pengusaha Jerman di negaranya dan oleh pengusaha Jepang di negaranya. Akibatnya impor batik dari Indonesia ke kedua negara tersebut mendapat hambatan, mengapa? Karena batik yang datang dari luar dianggap pelanggaran HKI"

Ruang lingkup Hak Kekayaan Intelektual (*intellectual property right*):

Jika dicermati dalam kepustakaan ilmu hukum pada umumnya para penulis, membagi HKI dalam dua golongan, yakni :

1. Hak Cipta (*Copyright*)
2. Hak Atas Kekayaan Industri (*Industrial Property*) yang terdiri dari:
 - a. Hak Paten (*Patent*);
 - b. Hak Merek (*Trademark*);
 - c. Hak Produk Industri (*Industrial Design*);
 - d. Penanggulangan Praktik Persaingan Curang (*Repression of Unfair Competition Practices*)" (Bambang Kesowo, 1987).

Apakah kesemua bidang HKI di atas sudah diatur dalam UU? Jika dicermati ketentuan TRIPs, dapat dilihat HKI digolongkan dalam 8 (delapan golongan) antara lain:

1. Hak Cipta dan Hak terkait lainnya,
2. Merek Dagang;
3. Indikasi Geografis;
4. Disain Produk Industri;
5. Paten;
6. Desain *Lay Out* (topografi) dari rangkaian elektronik terpadu;
7. Perlindungan terhadap informasi yang dirahasiakan;
8. Pengendalian atas praktik persaingan curang.

Bagaimana halnya di Indonesia, apakah kesemua HKI yang dimaksud di atas, sudah diatur dalam UU tersendiri? Apabila diperhatikan peraturan perundang-undangan HKI di Indonesia, tampaknya kesemua hal tersebut di atas sudah diatur yakni:

1. Hak Cipta. Hal ini diatur dalam UU No. 6 Tahun 1982 Tentang HAK CIPTA, sebagaimana telah diubah dengan UU No. 7 Tahun 1987 dan terakhir diubah dengan UU No. 12 Tahun 1997, selanjutnya disebut UUHC.
2. Paten. Hal ini diatur dalam UU No. 6 Tahun 1989 Tentang PATEN, sebagaimana telah diubah dengan UU No. 13 Tahun 1997, selanjutnya disebut UUP.
3. Merek. Hal ini diatur dalam UU No. 19 Tahun 1992 Tentang MEREK, sebagaimana telah diubah dengan UU No. 14 Tahun 1997, selanjutnya disebut UUM.
4. Varitas Jenis Tanaman. UU No. 29 Tahun 2000.
5. Rahasia dagang UU No. 30 Tahun 2000.

6. Desain Industri UU No 31 Tahun 2000.
7. Disain Rangkaian Tata letak sirkuit terpadu. UU No. 32 Tahun 2000.

2. Metode

Penulisan jurnal ilmiah ini menggunakan metode penelitian normatif. Dibuat berdasarkan sumber-sumber ketentuan perundang-undangan yang relevan dengan judul dan tujuan. Jurnal ini juga dibuat berdasarkan buku-buku, jurnal dan artikel yang berkaitan dengan penulisan ini.

3. Pembahasan

3.1. Peraturan Hukum yang Berlaku di Indonesia Mengatur Penggunaan Logo Perusahaan Untuk Tujuan Komersial

Berbicara mengenai logo Perusahaan berkaitan dengan Hak Kekayaan Intelektual tepatnya tentang hak merek dan hak cipta yang merupakan bagian dari ruang lingkup Hak kekayaan Intelektual. Merek adalah salah satu bentuk Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang digolongkan sebagai hak milik pribadi yang bersifat tidak berwujud. Menurut Ridwan Khairandy, Hak Kekayaan Intelektual (*Intellectual Property Right - IPR*) diakui oleh hukum sebagai kekayaan dalam bentuk benda yang tidak berwujud. Karena hak ini merupakan hak kebendaan dalam ranah hukum kekayaan, maka hak ini memiliki nilai ekonomis tertentu (Suyud Margono, 2010), diperlakukan sebagai benda yang tidak berwujud dalam bentuk hak, maka hak tersebut dapat diperalihkan. Pengalihan hak dapat dilakukan melalui jual beli atau hibah (Ridwan Khairandy, 2016).

Merek, atau yang sering disebut sebagai brand, adalah penanda identitas dari sebuah produk atau jasa yang ada dalam perdagangan. Merek tidak hanya berfungsi sebagai identitas, tetapi juga berperan penting dalam mewakili reputasi produk maupun pembuatnya. Oleh karena itu, branding menjadi bagian krusial dalam strategi pemasaran produk atau jasa. Hak Merek adalah bentuk perlindungan HKI yang memberikan hak eksklusif kepada pemilik merek terdaftar untuk menggunakan merek tersebut dalam perdagangan barang dan/atau jasa, sesuai dengan kelas dan jenis barang/jasa yang telah didaftarkan. Merek yang dapat didaftarkan harus memiliki daya pembeda dan digunakan dalam perdagangan barang atau jasa, dan dapat berupa:

- a) gambar, seperti lukisan burung garuda pada logo Garuda Indonesia atau gambar kelinci pada logo Dua Kelinci;
- b) kata, seperti Google, Toyota, atau Mandiri;
- c) nama, seperti Tommy Hilfiger atau Salvatore Ferragamo;
- d) frasa, seperti Sinar Jaya atau Air Mancur;
- e) kalimat, seperti Building for a Better Future atau Terus Terang Philip Terang Terus;
- f) huruf, seperti huruf "F" pada logo Facebook atau huruf "K" pada logo Circle-K;
- g) huruf-huruf, seperti IBM atau DKNY;
- h) angka, seperti angka "7" pada logo Seven Eleven atau angka "3" pada logo provider GSM Three;
- i) angka-angka, seperti merek rokok 555 atau merek wewangian 4711;
- j) susunan warna, seperti pada logo Pepsi atau Pertamina;
- k) bentuk tiga dimensi;
- l) suara;
- m) hologram;
- n) kombinasi dari unsur-unsur tersebut (Eddy Damian, 2017).

Dalam putusan ini, logo *Diesel-Only-The-Brave* yang lebih dulu digunakan oleh penggugat sebagai merek produk parfum, digunakan oleh tergugat di Indonesia sebagai merek di bidang fashion. Hal ini menimbulkan perdebatan mengenai apakah logo tersebut dapat dilindungi atau tidak.

Perlindungan hukum terhadap hak cipta yang diatur dalam undang-undang hak cipta merupakan bagian dari pembangunan hukum yang bertujuan menciptakan iklim yang lebih baik untuk berkembangnya kreativitas di bidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra. Namun, perubahan dan pembaruan undang-undang hak cipta yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia belum mencapai hasil yang diharapkan. Pelanggaran hak cipta masih terjadi dalam kehidupan sehari-hari, dengan dampak antara lain:

1. Merusak tatanan kehidupan bangsa di bidang ekonomi, hukum, dan sosial budaya.
2. Mengurangi semangat berkarya di bidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra.
3. Mengurangi pendapatan negara berupa pajak penghasilan yang seharusnya dibayar oleh pencipta atau pemegang hak cipta.

Menurut Pasal 40 ayat (1) Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, ciptaan yang dilindungi meliputi bidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra, seperti:

- a) Buku, pamflet, perwajahan karya tulis yang diterbitkan, dan semua hasil karya tulis lainnya;
- b) Ceramah, kuliah, pidato, dan ciptaan sejenis lainnya;
- c) Alat peraga yang dibuat untuk kepentingan pendidikan dan ilmu pengetahuan;
- d) Lagu dan/atau musik dengan atau tanpa teks;
- e) Drama, drama musikal, tari, koreografi, pewayangan, dan pantomim;
- f) Karya seni rupa dalam segala bentuk seperti lukisan, gambar, ukiran, kaligrafi, seni pahat, patung, atau kolase;
- g) Karya seni terapan;
- h) Karya arsitektur;
- i) Peta;
- j) Karya seni batik atau seni motif lain;
- k) Karya fotografi;
- l) Potret;
- m) Karya sinematografi;
- n) Terjemahan, tafsir, saduran, bunga rampai, basis data, adaptasi, aransemen, modifikasi, dan karya lain dari hasil transformasi;
- o) Terjemahan, adaptasi, aransemen, transformasi, atau modifikasi ekspresi budaya tradisional;
- p) Kompilasi ciptaan atau data, baik dalam format yang dapat dibaca dengan program komputer maupun media lainnya.
- q) Kompilasi ekspresi budaya tradisional selama kompilasi tersebut merupakan karya yang asli; r) Permainan video; dan s) Program Komputer.

Ketika membahas logo perusahaan dalam konteks perlindungan hak kekayaan intelektual, terdapat dua aspek utama yang perlu diperhatikan: perlindungan Hak Merek dan perlindungan Hak Cipta. Hak Merek untuk logo perusahaan yang telah terdaftar hanya bisa digunakan oleh pemilik merek yang terdaftar atau pihak lain yang mendapatkan izin melalui perjanjian tertulis sesuai dengan peraturan perundang-undangan (lisensi). Penggunaan merek terdaftar tanpa izin resmi (oleh pihak yang bukan pemilik atau pemegang lisensi) dapat dikenai sanksi pidana.

Dalam hal Hak Cipta untuk logo perusahaan, penggunaan logo harus mendapatkan izin dari Pencipta atau Pemegang Hak Cipta. Jika tidak ada izin, penggunaan logo tersebut akan dianggap sebagai pelanggaran hak cipta. Sebagai karya, hak cipta logo tidak perlu didaftarkan ke negara. Menurut UU Hak Cipta, hak eksklusif pencipta muncul secara otomatis begitu logo selesai dibuat. Namun, jika logo tersebut digunakan untuk keperluan bisnis, logo tersebut harus didaftarkan sebagai merek sesuai dengan Undang-Undang tentang Merek dan Indikasi Geografis Tahun 2016 (Undang-Undang 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis, n.d.). Hak cipta logo yang berfungsi sebagai pembeda tidak lagi dapat didaftarkan. Hal ini sesuai dengan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta Pasal 65, yang menyatakan bahwa pencatatan ciptaan tidak bisa dilakukan terhadap seni lukis berupa logo atau tanda pembeda yang digunakan sebagai merek dalam perdagangan barang/jasa atau sebagai lambang organisasi, badan usaha, atau badan hukum. Sebagai langkah pencegahan terhadap pelanggaran hak cipta logo, logo sebaiknya didaftarkan sebagai merek (Budi Agus Riswandi, 2005).

3.2. Implikasi Hukum yang Dapat Timbul Akibat Pelanggaran Penggunaan Logo Perusahaan untuk Tujuan Komersial

Secara umum, dalam pasal 1 angka 5 UU MIG telah mengatur bahwa hak atas merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar untuk jangka tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya. Maknanya adalah bahwa merek yang sudah terdaftar hanya dapat digunakan, dipakai diperbanyak, diperjualbelikan atau pemakaian lainnya oleh si pemilik merek yang terdaftar ataupun pihak lain atas izin berdasarkan perjanjian secara tertulis sesuai peraturan perundang-undangan untuk menggunakan merek terdaftar tersebut (lisensi). Pemberian izin untuk menggunakan merek (lisensi) biasanya terkait dengan pembayaran royalti oleh penerima izin kepada pemberi izin. Proses pemberian lisensi dari satu pihak ke pihak lain harus diajukan untuk dicatat oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia dengan dikenakan biaya. Penggunaan merek terdaftar tanpa hak yang sah (pengguna merek tersebut bukan pemilik/pemegang merek atau pemegang lisensi merek) menurut Pasal 100 UU MIG dapat dikenakan sanksi pidana sebagai berikut:

- (1) Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan Merek yang sama pada keseluruhannya dengan Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).
- (2) Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan Merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya dengan Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).
- (3) Setiap Orang yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2), yang jenis barangnya mengakibatkan gangguan kesehatan, gangguan lingkungan hidup, dan/atau kematian manusia, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah). (Undang-Undang 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis, n.d.)

Perlindungan Hak Cipta untuk Logo Perusahaan juga diatur oleh undang-undang. Logo perusahaan biasanya dibuat dalam bentuk gambar, yang termasuk salah satu karya yang dilindungi oleh hak cipta menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta ("UU Hak Cipta"). (Undang-Undang 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta, n.d.) Hak cipta adalah hak eksklusif yang diberikan kepada pencipta secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah karya tersebut diwujudkan dalam bentuk nyata, sehingga tidak memerlukan pendaftaran kecuali dianggap perlu.

Dengan demikian, hak cipta tidak memerlukan pendaftaran untuk mendapatkan perlindungan hukum karena hak tersebut otomatis muncul setelah karya diwujudkan dalam bentuk nyata. Tanpa izin dari pencipta atau pemegang hak cipta, penggunaan yang tidak sah dari suatu karya dianggap sebagai pelanggaran hak cipta. Namun, izin tidak diperlukan apabila:

1. Pengguna adalah pencipta atau pemegang hak cipta dari karya tersebut;
2. Pencipta atau pemegang hak cipta telah menyatakan bahwa karya tersebut boleh digunakan untuk keperluan tertentu yang wajar, seperti penelitian atau penggunaan non-komersial;

3. Masa perlindungan hak cipta atas karya tersebut telah habis dan karya telah menjadi domain publik.

Penjelasan lebih lanjut dapat dilihat dalam Cara Aman Memakai Gambar dari Internet Terkait Hak Cipta. Apakah penggunaan logo atau merek yang diambil dari internet diperbolehkan untuk digunakan, diperbanyak, atau dijual? Untuk membuat keputusan ini, langkah-langkah berikut harus dilakukan: Pertama, cek ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (Dirjen KI) apakah merek tersebut terdaftar dan masih dilindungi. Kedua, cek apakah merek tersebut termasuk dalam kategori merek terkenal. Biasanya, merek-merek global telah didaftarkan oleh perusahaan pemiliknya ke Dirjen KI atau masuk ke dalam kategori merek terkenal.

Anda boleh menggunakan logo atau merek yang:

1. Tidak terdaftar di Indonesia;
2. Masa perlindungan merek terdaftar tersebut sudah habis dan tidak diperpanjang;
3. Bukan termasuk kategori merek terkenal.

Namun, penting untuk diketahui bahwa penggunaan merek hanya dapat dilakukan oleh pihak yang memiliki hak untuk menggunakan merek tersebut, baik dengan mendaftarkan merek (bertindak sebagai pemilik merek) atau mendapatkan lisensi dari merek terdaftar.

4. Kesimpulan

Penggunaan logo atau merek yang diambil dari internet untuk diperbanyak atau dijual memiliki ketentuan hukum yang harus dipatuhi. Untuk menentukan apakah penggunaan tersebut diperbolehkan, perlu dilakukan beberapa langkah verifikasi. Pertama, perlu dilakukan pengecekan ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (Dirjen KI) untuk mengetahui apakah merek tersebut merupakan merek terdaftar dan masih dilindungi haknya. Kedua, perlu dilakukan pengecekan apakah merek tersebut termasuk dalam kategori merek terkenal. Anda dapat menggunakan logo atau merek yang tidak terdaftar di Indonesia, merek terdaftar yang sudah tidak dilindungi lagi atau masa perlindungannya tidak diperpanjang, atau yang bukan termasuk kategori merek terkenal. Namun, yang harus benar-benar diperhatikan adalah bahwa penggunaan merek hanya dapat dilakukan oleh orang yang memiliki hak untuk menggunakan merek tersebut, baik

dengan mendaftarkan merek (sebagai pemilik merek) atau mendapatkan lisensi dari pemilik merek terdaftar.

Daftar Pustaka

Bambang Kesowo. (1987). *Pengantar Umum Mengenai Hak Atas Kekayaan Intelektual*.

Budi Agus Riswandi. (2005). *Hak Kekayaan Intelektual Dan Budaya Hukum*. Raja Grafindo Persada.

Eddy Damian. (2017). *Hukum Hak Cipta*.

Ridwan Khairandy. (2016). *Hak Kekayaan Intelektual Ditinjau Dari Sisi Hukum Kekayaan*.

Sri Redjeki Hartono. (1993). *Aspek Hukum Perdata Per/indungan Hak Milik /ntelektual*.

Suyud Margono. (2010). *Aspek Hukum Komersialisasi Aset Intelektual*.

Undang-undang 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta.

Undang-undang 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografs.

W .R. Cornish. (1989). *Intellectual Properrty*. London Sweet & Maxwell.