

# TREN UPCYCLING PAKAIAN: PERSEPEKTIF HUKUM HAK CIPTA DAN MEREK DI INDONESIA

Putu Aras Samsithawrati, Fakultas Hukum Universitas Udayana,  
e-mail: [samsithawrati@unud.ac.id](mailto:samsithawrati@unud.ac.id)

doi: <https://doi.org/10.24843/KS.2024.v12.i12.p07>

## ABSTRAK

Tujuan studi ini untuk mengidentifikasi sejauh mana karya *upcycling* pakaian mendapat perlindungan hukum dari perspektif Hak Cipta dan Merek di Indonesia serta mengetahui mekanisme perizinan penggunaan merek terdaftar yang dijadikan produk *upcycling* pakaian. Studi ini menggunakan metode penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan, konseptual dan analitis. Hasil studi menunjukkan: (1) dari perspektif Hak Cipta, berdasarkan tolak ukur originalitas, kreatifitas, objek yang dilindungi UU 28/2014, dan diwujudkan dalam bentuk nyata, sketsa pakaian *upcycle* berpotensi untuk dilindungi oleh hukum Hak Cipta Indonesia berdasarkan Pasal 40(1)(f) UU 28/2014 sepanjang diberi izin oleh Pemilik Kekayaan Intelektual (KI) sebelumnya yang dipergunakan sebagai bahan-bahan membuat pakaian hasil *upcycling* sebab karya itu rentan dengan isu kepemilikan hak cipta lain dan/atau KI lain yang sudah terdaftar serta hak moral Pencipta dari pakaian yang kini menjadi limbah dan dipergunakan sebagai bahan *upcycling*. Dari perspektif merek, praktisi *upcycling* pakaian dapat mengajukan permohonan pendaftaran merek dengan catatan mereknya tidak memiliki persamaan pada keseluruhan atau persamaan pada pokoknya dengan merek terdaftar serta disarankan menggunakan merek dengan tingkat perlindungan tertinggi seperti *fanciful* atau setidaknya *arbitrary* dari *Abercrombie classification*. Proses *upcycling* pakaian seharusnya tidak menimbulkan kebingungan publik. Diperlukan izin dari pemilik merek terdaftar yang limbah pakaiannya dipergunakan sebagai bahan *upcycling* agar terhindar dari isu pelanggaran merek. Mekanisme pemberian izin penggunaan merek-merek terdaftar dalam produk pakaian *upcycling* dilakukan dengan pembuatan perjanjian lisensi tertulis yang dicatatkan di Menteri Hukum dan HAM RI dan kemudian terhadapnya terbit surat pencatatan perjanjian lisensi merek.

**Kata Kunci:** Hak Cipta, Indonesia, Kekayaan Intelektual, Merek, Tren *Upcycling* Pakaian

## ABSTRACT

This study aims to identify the extent to which clothing *upcycling* works receive legal protection from copyright and mark perspective in Indonesia and to determine the licensing mechanism for the use of registered mark made into clothing *upcycling* products. This study uses normative legal research method with statutory, conceptual and analytical approaches. The results of the study show: (1) from a Copyright perspective, based on the benchmarks of originality, creativity, objects protected by Law 28/2014, and fixation principle, upcycled clothing sketches have the potential to be protected by Indonesian Copyright law based on Article 40(1) (f) Law 28/2014 as long as permission is given by the previous IP owner which is used as material for making upcycled clothing because the work is vulnerable to issues of ownership of other copyrights and/or other registered Intellectual Property (IP) as well as the moral rights of the Creator of the now-waste clothing and used as *upcycling* material. From a mark perspective, clothing *upcycling* practitioners can apply for mark registration provided that the mark does not have similarities in its entirety or substantial similarities with the registered mark and it is recommended to use a mark with the highest level of protection such as *fanciful* or at least *arbitrary* from the *Abercrombie classification*. The process of *upcycling* clothes should not cause public confusion. Permission is required from the registered mark owner whose clothing waste is used as *upcycling* material to avoid mark infringement issues. The process for granting permission to use registered marks on upcycled clothing involves creating a written licensing agreement which is then registered with the Minister of Law and

*Human Rights of the Republic of Indonesia. Following this, a certificate of registration for the mark license agreement is issued.*

**Key Words:** *Legal Certainty, Blind Disabilities, Audiobook Access, Marakess Treaty, Copyright.*

## **1. Pendahuluan**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Keberlangsungan sumber daya alam yang ada di bumi sebagai tempat tinggal manusia dan makhluk hidup lainnya sangat penting untuk di jaga. Data Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) di tahun 2024 sebagaimana dilansir oleh Liputan6.com menunjukkan terdapat sejumlah 8.161.972.572 (delapan miliar seratus enam puluh satu juta sembilan ratus tujuh puluh dua ribu lima ratus tujuh puluh dua) manusia di bumi dengan nominal yang terus meningkat tiap detik<sup>1</sup>. Dengan begitu banyaknya populasi manusia di bumi, kebutuhan primer, sekunder, dan tersier tentu saja tak terelakkan. Di era modern, khususnya bagi penduduk perkotaan, tidak hanya kebutuhan sandang, pangan dan papan yang standar saja dipenuhi. Kebutuhan gaya hidup seperti tren mode berpakaian yang berganti sangat cepat tiap saat juga penting dipenuhi. Terlebih dengan hadirnya *fast fashion* (konsep di dunia mode untuk membuat produk dalam jumlah banyak dan cepat) yang mampu menyebabkan konsumen membeli pakaian lebih banyak dari yang seharusnya mereka butuhkan<sup>2</sup>. Tidak dapat dihindari bahwa sumber daya alam yang dipergunakan secara terus-menerus oleh manusia untuk dibuat menjadi produk bernilai yang tak lama kemudian, salah satunya karena sifat manusia yang mudah bosan, akan dianggap tidak menarik dan menjadi sampah, perlu dicarikan solusinya. Salah satu alternatifnya adalah *upcycling*. *Upcycling* merupakan sebuah perpaduan antara "*upgrading*" (peningkatan) dan "*recycling*" (daur ulang)<sup>3</sup>. Konsep *upcycling* nampak sejalan dengan Goal 12.5 dari *the 2030 Agenda for Sustainable Development Goals* yang disusun Perserikatan Bangsa-Bangsa (Agenda SDGs 2030) dimana pada tahun 2030 *goal*-nya adalah mengurangi timbulan sampah secara signifikan melalui pencegahan (*prevention*), pengurangan (*reduction*), daur ulang (*recycling*) dan penggunaan kembali (*reuse*)<sup>4</sup>.

Tren *upcycling* yang terjadi tidak terlepas dari pesatnya pertumbuhan industri *fast fashion* akibat pergantian mode pakaian yang sangat cepat sesuai dengan permintaan pasar. Produksi masal pakaian dengan mesin-mesin yang cepat menyebabkan kesempatan pembeli untuk membeli dengan harga terjangkau, namun di lain sisi juga ada dampak lainnya seperti degradasi kesehatan manusia<sup>5</sup>. Kerusakan

---

<sup>1</sup> Liputan6.com, "Berapa Jumlah Manusia Di Bumi? Simak Fakta Mengejutkan Populasi Dunia 2024," 2024, <https://www.liputan6.com/hot/read/5682075/berapa-jumlah-manusia-di-bumi-simak-fakta-mengejutkan-populasi-dunia-2024?page=2>.

<sup>2</sup> Ratih Wahyu Pratitis and Rifka Ayu Aprilia Yumarnis, "Dampak Fast Fashion Terhadap Lingkungan Dan Masyarakat: Studi Kasus Brand H&M," *Kultura: Jurnal Ilmu Hukum, Sosial, Dan Humaniora* 2, no. 1 (2024): 327-34, h.328.

<sup>3</sup> Charlotte Wegener, "Upcycling," in *Creativity – A New Vocabulary* (Springer, 2016), 181-88.

<sup>4</sup> United Nations, "The 2030 Agenda for Sustainable Development," n.d., <https://sdgs.un.org/2030agenda>.

<sup>5</sup> Trisha Caicartica Lovinta Nugraha, M Chairil Akbar Setiawan, dan Sindy Yulia Putri, "Dampak Strategi Offshore Outsourcing Dalam Bisnis Fast Fashion Terhadap Degradasi Lingkungan Di Bangladesh," *Journal of Political Issues* 5, no. 1 (2023): 110-23, h.112.

lingkungan akibat limbah produk pakaian juga suatu hal yang harus dihadapi<sup>6</sup>. Belum lagi pakaian juga susah didaur ulang sehingga banyak orang yang akhirnya membuang sampah pakaian ke tempat pembuangan akhir sebagai opsi<sup>7</sup>. Tren produksi dan konsumsi yang cepat saat ini mempercepat peningkatan volume dan nilai pakaian yang terbuang<sup>8</sup>. Sebelum masuk pada konsep *upcycling* pakaian, sebagai salah satu solusi adalah memperjualbelikan kembali pakaian bekas layak pakai (*secondhand*) pada toko barang bekas, yang dikenal sebagai *thrift store* atau *secondhand store*. Pentingnya pakaian bekas dalam pembentukan fesyen adalah terutama terkait dengan produksi massal yang dimulai pada akhir abad kesembilan belas<sup>9</sup>. *Thrifting* pakaian bekas merupakan cara mengurangi limbah fesyen serta sebagai sarana alternatif untuk mengekspresikan diri dengan cara yang unik. *Thrifting* sangat digemari di kalangan muda, selain karena harganya yang murah juga dianggap sebagai gaya hidup yang lebih berkelanjutan<sup>10</sup>.

Selain *thrifting*, *upcycling* pakaian memiliki konsep yang berbeda. Dalam *thrifting* pakaian bekas, tidak ada penciptaan produk baru yang memiliki nilai tambah. Sementara perbedaan *upcycling* dengan dengan *recycling* yaitu dalam *upcycling* tidak melibatkan proses perbahan dalam bentuk materialnya seperti peleburan dalam pembuatan produk baru, namun melibatkan proses yang lebih sederhana untuk menciptakan produk baru yang memiliki nilai tambah, seperti membersihkan, memotong, pewarnaan dan lainnya<sup>11</sup>. Dalam konteks daur ulang yang lebih "kreatif", istilah "*upcycling*" diperkenalkan oleh Reiner Pilz, yang gagasannya kemudian dikutip oleh Thornton Kay. Ada 2 (dua) jenis daur ulang; *downcycling*, yang biasanya melibatkan penggunaan kembali bahan untuk menghasilkan produk dengan kualitas lebih rendah, dan *upcycling*, yang juga berupaya menggunakan kembali bahan, namun untuk menciptakan produk yang "lebih baik"<sup>12</sup>. Sebagai contoh, baju bekas merek A yang diperoleh seorang yang melakukan *upcycle* dipotongnya dan dikombinasikan ulang melalui proses penjahitan dengan celana bekas merek B sehingga menjadi sebuah produk baru berupa baju dengan desain unik dan bernilai tambah. Tidak jarang, produk *upcycle* memiliki harga jual yang lebih mahal dari produk sebelum dilakukan *upcycle*. Tidak hanya kalangan perorangan, *upcycling* fesyen dalam beberapa tahun belakangan ini juga dilakukan oleh perusahaan *brand mewah* dengan pendapatan yang diperkirakan meningkat hingga 20% (dua puluh persen) pada tahun 2030 dengan

---

<sup>6</sup> Fiona May Leman, J P Soelityowati, and Jennifer Purnomo, "Dampak Fast Fashion Terhadap Lingkungan," in *Seminar Nasional Envisi*, 2020, h. 135.

<sup>7</sup> Nugraha, Setiawan dan Putri, *Op.cit.*, h.117.

<sup>8</sup> Eunsuk Hur, "Rebirth Fashion: Secondhand Clothing Consumption Values and Perceived Risks," *Journal of Cleaner Production* 273 (2020): 122951.

<sup>9</sup> Jennifer Le Zotte, "27 The Cultural Economies of Secondhand Clothes," *The Routledge History of Fashion and Dress, 1800 to the Present*, 2023, h.507.

<sup>10</sup> Tempo.co, "Sejarah Thrifting Di Berbagai Negara, Tak Sekadar Jualan Baju Bekas," 2023, <https://satu.tempo.co/gaya-hidup/sejarah-thrifting-di-berbagai-negara-tak-sekadar-jualan-baju-bekas-208020>.

<sup>11</sup> FWD, "Upcycling Fashion, Trend Yang Bantu Selamatkan Bumi!," 2024, <https://www.fwd.co.id/id/fwdmax/passionstory-fashion-and-music/Upcycling-Fashion-Trend-yang-Bantu-Selamatkan-Bumi/>.

<sup>12</sup> Monica Hartanti and Elizabeth Wianto, "Training and Marketing of Fashion Upcycling Products in Local Communities," *Journal of Innovation and Community Engagement* 4, no. 2 (2023): 78–91., h. 80.

konsep produksi barang *upcycle*<sup>13</sup>. Bahkan tahun 2023, website mode terkenal, Vogue, menerbitkan artikel mengenai Panduan Global dalam *Upcycling* dan *Recycling* Lemari para pembacanya<sup>14</sup>.

Sebagaimana *upcycling* pakaian membawa dampak positif untuk mengurangi limbah fesyen untuk menjaga keberlangsungan bumi, di lain sisi ada isu hukum penting dari tren *upcycling* pakaian untuk diangkat khususnya dari ranah hukum Kekayaan Intelektual (KI) berupa merek dan hak cipta. Merek merupakan tanda grafis dalam bentuk gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur itu untuk membedakan suatu barang dan/atau jasa suatu pihak dengan pihak lainnya dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa<sup>15</sup>. Sementara hak cipta merupakan hak eksklusif pencipta untuk karya Ciptaan yang berada pada ranah ilmu pengetahuan, seni dan sastra. Dalam proses *upcycling* pakaian bekas tersebut, melibatkan berbagai produk bekas dengan kreasi gambar/sketsa yang dituangkan menjadi produk baju (hak cipta) dan dilabeli dengan merek masing-masing produk bekas yang dikombinasi tersebut. Oleh karena itu, produk pakaian baru hasil *upcycle* pakaian bekas sebelumnya itu rentan terhadap isu pelanggaran KI. Contohnya produk-produk *upcycle* hasil produksi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang justru jadi terkenal karena menggunakan potongan-potongan kemasan merek terdaftar seperti Indomie atau Kapal Api secara terang-terangan tanpa izin pemiliknya sebagaimana dilansir oleh AFFA<sup>16</sup>. Bagaikan sebuah koin yang bermata dua, di satu sisi tren *upcycling* merupakan salah satu terobosan penyelamatan bumi, sedangkan di sisi lain pelaksanaan *upcycling* tersebut berpotensi sebagai pelanggaran KI Hak cipta dan merek manakala tidak dilakukan sesuai dengan pengaturan hukum KI. Oleh karena tren *upcycling* pakaian tersebut mendunia, termasuk terjadi juga di Indonesia, maka menjadi penting untuk mengkaji isu hukum terkait tren *upcycling* berdasarkan hukum hak cipta dan merek di Indonesia.

Studi terdahulu yang serupa diantaranya dilakukan oleh: (1) Centaury Harjani (2020) tentang "*Upcycle: As A New Preference in the Art of Climate Change* berfokus pada *upcycle*" sebagai preferensi untuk menghasilkan karya seni yang secara maksimal dapat terwujud bilamana dikombinasikan dengan prinsip *zero-waste*<sup>17</sup>; serta (2) Krulinasari dan Yusnadi (2021) mengenai "Tinjauan Limbah Kain Sisa Produksi Menurut Hukum Internasional dan Hukum Nasional" yang di dalamnya juga membahas *upcycle* namun lebih berfokus pada bagaimana limbah kain sisa produksi tersebut dikalsifikasikan berdasarkan Undnag-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup<sup>18</sup>. Sementara tulisan ini berfokus

---

<sup>13</sup> AFFA, "Tips Membuat Produk 'Upcycle' Tanpa Melanggar Hak Merek," accessed November 3, 2024, <https://affa.co.id/tips-membuat-produk-upcycle-tanpa-melanggar-hak-merek/>.

<sup>14</sup> Vogue, "A Global Guide to Upcycling and Recycling Your Closet," 2023, <https://www.vogue.com/article/a-global-guide-to-upcycling-and-recycling-your-closet>.

<sup>15</sup> Lihat Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU 20/2016).

<sup>16</sup> AFFA, *loc.cit.*

<sup>17</sup> Centaury Harjani, "Upcycle: As a New Preference in the Art of Climate Change," *International Journal of Creative and Arts Studies* 7, no. 2 (2020): 101-13., h.101.

<sup>18</sup> Widya Krulinasari and Yudi Yusnandi, "Tinjauan Limbah Kain Sisa Produksi Menurut Hukum Internasional Dan Hukum Nasional," in *Prosiding Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 2, 2021, 57-64., h.57.

pada pengidentifikasian karya *upcycling* pakaian mendapat perlindungan hukum dari perspektif Hak Cipta dan Merek di Indonesia serta mekanisme perizinan penggunaan merek yang dijadikan produk *upcycling* pakaian.

### 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, terdapat 2 (dua) rumusan masalah yang diangkat dalam tulisan ini yaitu:

1. Apakah karya *upcycling* pakaian mendapat perlindungan hukum dari persektif Hukum Hak Cipta dan Merek di Indonesia?
2. Bagaimanakah mekanisme perizinan penggunaan merek terdftar yang dijadikan produk *upcycling* pakaian?

### 1.3. Tujuan Penulisan

Sehubungan dengan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk:

1. mengidentifikasi sejauh mana karya *upcycling* pakaian mendapat perlindungan hukum dari perspektif Hak Cipta dan Merek di Indonesia; serta
2. mengetahui mekanisme perizinan penggunaan merek terdaftar yang dijadikan produk *upcycling* pakaian.

## 2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang dipergunakan dalam penulisan artikel ini yaitu metode penelitian hukum normatif. Penelitian dengan objek hukum disebut sebagai penelitian hukum<sup>19</sup>. Pada penelitian hukum normatif yang diteliti adalah peraturan hukum yang relevan dan juga bahkan kasus-kasus yang relevan dengan isu hukum yang diangkat<sup>20</sup>. Pendekatan yang dipergunakan terdiri dari pendekatan perundang-undangan, pendekatan konseptual dan pendekatan analitikal. Dalam pengidentifikasian karya *upcycling* pakaian mendapat perlindungan hukum dari perspektif Hak Cipta dan Merek di Indonesia serta mekanisme perizinan penggunaan merek yang dijadikan produk *upcycling* pakaian, peraturan perundang-undangan yang dipergunakan terdiri dari Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta (UU 28/2014), Undang-Undang Nomor 20 Tahun 20216 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU 20/2016), dan Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 12 Tahun 2021 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek (Permenkumham 12/2021). Selain berfokus pada bagaimana pengaturan hukum hak cipta dan merek di Indonesia untuk tren *upcycling* pakaian, di lain sisi juga dilakukan perbandingan tentang bagaimana pengaturannya di negara Amerika Serikat. Teknik analisis deksriptif kualitatif dipergunakan untuk menganalisis seluruh bahan hukum primer (peraturan perundang-undangan), sekunder (buku dan jurnal) serta tersier (kamus bahasa) yang dipergunakan dalam penelitian ini.

---

<sup>19</sup> Johnny Ibrahim Jonaedi Efendi, *Metode Penelitian Hukum: Normatif Dan Empiris* (Depok: Prenadamedia Group, 2018).h.16.

<sup>20</sup> S H I Kristiawanto, *Memahami Penelitian Hukum Normatif* (Prenada Media, 2022). h.2.

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### 3.1. Perlindungan Hukum Terhadap Karya *Upcycling* Pakaian dari Perspektif Hukum Hak Cipta dan Merek di Indonesia

##### 3.1.1. Tren *Upcycling* Pakaian dalam Dunia Fesyen

Tren *upcycling* pakaian merupakan sebuah tren yang mendunia, termasuk di Indonesia. Selain sebagai suatu gaya hidup demi menjaga kelangsungan bumi, tren *upcycling* pakaian juga menarik untuk dikaji dari persepektif hukum KI terutama hak cipta dan merek. Hal ini karena *upcycling* pakaian merupakan proses untuk menghasilkan suatu produk baru yang memiliki nilai tambah dari kombinasi berbagai pakaian bekas sebelumnya yang sesungguhnya memiliki hak cipta untuk gambar desain pakaian itu dan merek yang dipergunakan dalam menjual pakaian itu sebelum di-*upcycle* sebagai pembeda dengan produk yang diproduksi pihak lain. Sehingga, *upcycling* pakaian yang ada di Indonesia tersebut menjadi rentan terhadap isu pelanggaran hak cipta dan merek bilamana tidak dilakukan sesuai pengaturan hukum Hak Cipta dan Merek di Indonesia. Oleh karena itu, sebelum mengidentifikasi sejauh mana karya *upcycling* pakaian mendapat perlindungan hukum dari perspektif Hak Cipta dan Merek di Indonesia maka penting untuk mengetahui konsep *upcycle* pakaian terlebih dahulu.

*Upcycling* sering kali dianggap sebagai proses di mana bahan limbah diubah menjadi sesuatu kualitas/nilai yang lebih tinggi dalam kehidupan kedua<sup>21</sup>. Pakaian merupakan bagian dari busana (*fashion*) pokok yang dipergunakan guna menutupi bagian tubuh<sup>22</sup>. KBBI VI Daring Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia mendefinisikan pakaian sebagai barang yang dipakai (baju, celana, dan sebagainya)<sup>23</sup>. Sehingga secara sederhana *upcycling* pakaian ini dapat dikemukakan sebagai proses mengubah limbah pakaian seperti baju, celana dan sebagainya yang dipergunakan untuk menutupi bagian tubuh agar menjadi suatu produk pakaian baru yang memiliki nilai tambah yang lebih baik.

*Upcycling* merupakan suatu kegiatan yang sudah dipraktikkan sepanjang sejarah. Selama Perang Dunia II, dalam pembuatan seragam, diperlukan tekstil dan kain serta diperlukan adanya perbaikan-perbaikan terhadap hal tersebut. Kemudian, perusahaan komersial menghasilkan pola untuk menginspirasi perempuan Inggris dan Amerika agar menggunakan kembali (*re-purpose*) tekstil dan pakaian, seperti "*Make Do and Mend for Victor*," yang menunjukkan cara mengubah setelan pria menjadi rok wanita dan jaket yang serasi dengannya<sup>24</sup>. Rachael Cassar (2024) dalam studinya mengemukakan bahwa pelaksanaan *upcycling* tidak terlepas dari filosofi tradisional Jepang yang disebut "*Wabi-Sabi*" yang memupuk keaslian dengan mengakui tiga realitas sederhana: tidak ada yang abadi (*nothing lasts*), tidak ada yang selesai (*nothing is finished*), dan tidak ada

<sup>21</sup> Kyungeun Sung, Tim Cooper, and Sarah Kettley, "Individual Upcycling Practice: Exploring the Possible Determinants of Upcycling Based on a Literature Review," 2014.h. 237.

<sup>22</sup> Ayu Reski Sari, Srikandi Srikandi, and Rosmiaty Rosmiaty, "Analisis Tingkat Pengetahuan Mahasiswa Pendidikan Kesejahteraan Keluarga Tahun 2014 Terhadap Istilah-Istilah Busana" (UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR, 2019).

<sup>23</sup> Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, "Pakaian," accessed November 3, 2024, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/pakaian>.

<sup>24</sup> Aspinall 2023 dalam Rachael Cassar, "Innovative Upcycling: The Creative Potential of Collaborating with Degraded Materials," *Fashion Theory*, 2024, 1-25., h.2.

yang sempurna (*nothing is perfect*)<sup>25</sup>. Dengan filosofi “tidak ada yang abadi”, maka pihak yang melakukan *upcycle* dapat menerima ketidakkekalan material yang sudah usang karena waktu sehingga mereka justru dapat menciptakan karya dari bahan tersebut dan mengapresiasinya. Pada filosofi “tidak ada yang selesai”, fokusnya adalah bagaimana karya *upcycle* itu adalah suatu karya yang sifatnya terus berjalan-memiliki hubungan di masa yang lalu dan datang, serta terbuka untuk penyempurnaan di masa datang. Sementara filosofi “tidak ada yang sempurna” mendorong praktisi *upcycle* untuk merangkul fragmen, kekurangan, ketidakteraturan, atribut penuaan, dan asimetri dalam desain mereka. Daripada berjuang untuk restorasi, praktisi *upcycle* dapat memelihara dan merancang karya baru dengan karakter dan kepribadian unik yang melekat pada bahan yang tidak sempurna dan menua yang mereka gunakan<sup>26</sup>.

Tren *upcycling* pakaian ini tidak lagi sekedar dilakukan oleh kalangan praktisi *upcycle* lokal untuk penggunaan pribadi atau DIY (*Do It Yourself/Lakukan Sendiri*) di rumah maupun bisnis lokal mereka. Salah satu praktisi *upcycle* fesyen asal Indonesia adalah Diana Rikasari yang produk hasil kreativitasnya dapat dilihat pada websitenya dianarikasari.com. Dalam situsnyanya tersebut ia mengemukakan, bahwa salah satu karya fesyennya berkisar pada *upcycling* dengan menata ulang bahan-bahan lama dan bekas, mengubah sampah menjadi produk menyenangkan yang dapat dikenakan<sup>27</sup>. Jika melihat website tersebut, harga produk hasil *upcycle* terlihat memiliki nilai jual yang baik dan cukup tinggi berkisar di angka jutaan rupiah. Dalam perkembangannya dewasa ini, *upcycling* pakaian juga merambah pebisnis fesyen besar. Balenciaga, Chloé, dan Dolce & Gabbana, yang merupakan rumah-rumah mode milik desainer kenamaan dunia, beberapa musim belakangan ini juga mencoba melakukan *upcycle* fesyen<sup>28</sup>. *Upcycling* banyak diminati sebab produk pakaian hasil *upcycle* jika pengolahan berbagai pakaian bekasnya dilakukan dengan benar dapat menaikkan nilai dari produk akhir hasil *upcycle* itu sehingga berpotensi menjadi produk fesyen yang mewah dan trendi (*luxury and trendy*)<sup>29</sup>. Terlebih produk pakaian hasil *upcycle* biasanya sangat unik, hanya ada satu sehingga menjadi *one of a kind* (satu-satunya). Dalam dunia *upcycling*, bahkan terdapat berbagai kompetisi seperti salah satunya yang diadakan oleh *the Portuguese Airline Company TAP* di tahun 2018 yang fokusnya melakukan *upcycle* limbah tekstil dari pesawat tuanya<sup>30</sup>.

Dalam praktiknya, *upcycle* pakaian dilakukan dengan berbagai skema kombinasi sesuai dengan kreatifitas praktisi *upcycle*. Berikut ini akan diberikan 2 (dua) gambaran pelaksanaan *upcycling* pakaian yang sering ditemui:

---

<sup>25</sup> *Ibid.*, h. 3-4.

<sup>26</sup> *Ibid.*

<sup>27</sup> Diana Rikasari, “Diana Rikasari,” accessed November 3, 2024, <https://www.dianarikasari.com/>.

<sup>28</sup> Kingkit Neira, “5 Brand Upcycling Fashion Sulap Limbah Jadi Berkelas,” 2023, <https://laruna.id/5-brand-upcycling-fashion-sulap-limbah-jadi-berkelas/>.

<sup>29</sup> Anisya Fresha Zalsabila, Arini Arumsari, and Pravitra Viniani, “Pengolahan Material Kulit Domba Sisa Produksi Brand Astiga Dengan Inspirasi Festival Domba Garut Menggunakan Teknik Patchwork,” *EProceedings of Art & Design* 10, no. 3 (2023).h. 4488.

<sup>30</sup> António Dinis Marques et al., “From Waste to Fashion—a Fashion Upcycling Contest,” *Procedia CIRP* 84 (2019): 1063–68.h. 1064.

Gambar 1. Skema *Upcycling* Pakaian (1)



Sumber: Penulis

Gambar 1 di atas menunjukkan bahwa dalam menghasilkan suatu karya *upcycling* pakaian (baju), praktisi *upcycle* tersebut menggunakan sebuah baju (*t-shirt*) bekas berukuran dewasa dengan merek terdaftar “as”<sup>31</sup> menjadi sebuah baju berjenis *jumper* dalam ukuran anak-anak dengan desain/sketsa unik si praktisi yang tetap memperlihatkan merek terdaftar “as” pada bagian depan baju melalui cara memotong-motong bagian baju bekas menjadi beberapa potongan kecil kemudian dijahit ulang sesuai desain si praktisi *upcycle*. Jadi terlihat adanya perubahan dari ukuran baju dewasa menjadi baju anak-anak. Penelusuran melalui internet memperlihatkan bahwa ada: (1) praktisi *upcycle* yang tetap mencantumkan label merek baju bekas yang di-*upcycle*, dalam hal ini label merek terdaftar “as” pada bagian dalam baju *jumper* hasil karya *upcycle*; serta ada juga (2) praktisi *upcycle* yang mencantumkan label merek bajunya sendiri, sebagai contoh merek “made by Biru”<sup>32</sup> pada baju *jumper* hasil karya *upcycle*.

<sup>31</sup> Merek “as” dalam konteks ini adalah merek terdaftar imajiner yang dibuat penulis untuk mengilustrasikan skema *upcycling* pakaian.

<sup>32</sup> Merek “made by Biru” dalam konteks ini adalah merek imajiner yang dibuat penulis untuk mengilustrasikan skema *upcycling* pakaian.



Gambar 2. Skema *Upcycling* Pakaian (2)



Sumber: Penulis

Pada gambar berikutnya, yaitu Gambar 2, terlihat *upcycling* pakaian dengan skema lainnya. Dimana dalam menghasilkan suatu karya pakaian (baju) *upcycle* dipergunakan berbagai bahan bekas seperti pakaian berupa celana bekas merek terdaftar “ZUPR!”<sup>33</sup> dengan aksesoris fesyen lainnya seperti tas belanja merek terdaftar “as”<sup>34</sup>. Kedua komponen bahan bekas tersebut dipotong sedemikian rupa untuk kemudian dijahit ulang sesuai dengan desain/sketsa pakaian unik yang berasal dari si praktisi *upcycle*. Dalam hal ini terlihat perubahan bentuk tas bekas dan baju bekas menjadi satu baju karya *upcycle*. Sebagaimana terlihat dalam Gambar 2, pakaian hasil *upcycle* tersebut masih berusaha memperlihatkan komponen merek terdaftar “ZUPR!” dan merek terdaftar “as” pada bagian depan baju tersebut.

### 3.1.2. Perlindungan Hukum Terhadap Karya *Upcycling* Pakaian Dari Perspektif Hukum Hak Cipta Indonesia

Manusia terlahir sebagai makhluk hidup yang paling sempurna di bumi. Namun demikian tidak semua manusia mampu mempergunakan secara maksimal

<sup>33</sup> Merek “ZUPR!” dalam konteks ini adalah merek terdaftar imajiner yang dibuat penulis untuk mengilustrasikan skema *upcycling* pakaian.

<sup>34</sup> Merek “as” dalam konteks ini adalah merek terdaftar imajiner yang dibuat penulis untuk mengilustrasikan skema *upcycling* pakaian.

intelektualitasnya untuk menghasilkan suatu karya yang bernilai guna dan memiliki nilai ekonomi. Oleh karena itu, terhadap manusia yang dengan daya intelektualitasnya berhasil menghasilkan karya yang bermanfaat dan bernilai ekonomi ini perlu untuk diberi perlindungan hukum. Dalam konteks ini, ranah hukum yang dapat melindunginya dengan karyanya tersebut disebut sebagai hukum KI. Bentuk dari perlindungan hukum tersebut adalah hak eksklusif. Jika ditelusuri, sejarah keberadaan KI dapat mulai ditelusuri sejak tahun 1470 manakala paten menjadi suatu persoalan yang cukup serius di Venezia, Italia<sup>35</sup>. Hal tersebut menunjukkan bahwa keberadaan KI ini sesungguhnya sudah ada untuk waktu yang cukup lama di dunia.

Hak KI merupakan suatu hak kebendaan atas suatu benda yang berasal dari hasil kerja otak dan rasio manusia yang bernalar yang mana hasil kerja tersebut berupa benda immateriil atau tidak berwujud<sup>36</sup>. KI memberikan perlindungan hukum tidak hanya kepada karya-karya personal namun dalam perkembangannya juga terhadap karya komunal. KI menjadi salah satu bagian penting dari pembangunan nasional dan berkontribusi secara signifikan terhadap perkembangan ekonomi nasional dan internasional<sup>37</sup>. KI di Indonesia diatur melalui berbagai ketentuan perundang-undangan baik di tingkat nasional maupun lokal. Pengaturan KI di Indonesia tersebut awalnya tidak terlepas dari keberadaan Indonesia sebagai negara anggota *World Trade Organization* (WTO) yang salah satu *annex* dari *WTO Agreement* adalah *The Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights* (TRIPs Agreement) yang berisi proteksi standar minimum perlindungan KI untuk diadopsi dan diimplementasikan di negara-negara anggotanya. Contoh KI personal di Indonesia yaitu Hak Cipta (Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta “UU 28/2014”), Paten (Undang-Undang No. 13 Tahun 2016 tentang Paten “UU 13/2016”), Merek dan Indikasi Geografis (Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis “UU 20/2016”), Desain Industri (Undang-Undang No. 31 Tahun 2000 tentang Desain Industri “UU 31/2000”), Rahasia Dagang (Undang-Undang No. 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang “UU 30/2000”), Varietas Tanaman (Undang-Undang No. 29 Tahun 2000 tentang Perlindungan Varietas Tanaman “UU 29/2000”), serta Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu (Undang-Undang No. 32 Tahun 2000 tentang Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu “UU 32/2000”).

Perlindungan KI sangat penting dalam kegiatan usaha karena dapat memberikan manfaat ekonomi yang signifikan bagi pemiliknya, mempertahankan keunggulan kompetitif, dan mendorong inovasi dan kreativitas<sup>38</sup>. Produk pakaian dari *upcycling*, yang mengubah limbah atau barang tak terpakai menjadi produk bernilai seni atau fungsional baru yang tidak lagi sekedar menjadi hobi rumahan tapi juga sudah serius dikomersialkan, apakah dapat atau tidak memperoleh perlindungan KI melalui hak cipta menjadi menarik dikaji. Berdasarkan Pasal 1 angka 1 UU 28/2014, Hak Cipta adalah hak eksklusif pencipta yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata tanpa

---

<sup>35</sup> Nanda Dwi Rizkia and Hardi Fardiansyah, *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar* (Penerbit Widina, 2022), h. 1.

<sup>36</sup> *Ibid.*, h.11.

<sup>37</sup> Ismail Koto, Ida Hanifah, and Surya Perdana, “Legal Protection Of Communal Intellectual Property In Indonesia,” *Kanun Jurnal Ilmu Hukum* 24, no. 2 (2022): 298–309. h. 299.

<sup>38</sup> Ni Putu Aras Samsithawrati, I Gede Agus Kurniawan, and Ni Ketut Supasti Dharmawan, “Legal Protection for Intellectual Property Holders in Business Activities in The Era of The Industrial Revolution 4.0,” *Jurisprudentie: Jurusan Ilmu Hukum Fakultas Syariah Dan Hukum* 11, no. 1 (2024): 74–81. h.75.

mengurangi pembatasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Dari ketentuan tersebut terlihat bahwa hak cipta menganut sistem perlindungan otomatis (*automatically protection suystem*) yang mana perlindungan hukumnya otomatis muncul begitu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata tanpa perlu pendaftaran terlebih dahulu. Hak Cipta memberikan perlindungan terhadap karya di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra (Pasal 1 angka 3 jo. Pasal 40 Ayat (1) UU 28/2014). Pencipta yang karyanya dilindungi dalam Hak Cipta itu merupakan seseorang atau beberapa orang, yang karenanya ditafsirkan tidak mengakui Kecerdasan Buatan sebagai subjek dalam hak cipta<sup>39</sup>.

Samsithawrati (2023) dalam studinya mempergunakan beberapa tolak ukur untuk mengkaji apakah seni menghidangkan makanan (*food plating art*) yang memang untuk dinikmati keindahannya dan kemudian dimakan oleh pelanggan termasuk seni yang mendapat perlindungan hak cipta. Tolak ukur tersebut terdiri dari: originalitas, kreatifitas, objek yang dilindungi UU 28/2014, dan diwujudkan dalam bentuk nyata.<sup>40</sup> Sebagaimana studi yang dilakukan oleh Samsithawrati (2023) tersebut, maka dapat pula diadopsi tolak ukur yang dipergunakan tersebut dalam rangka mengidentifikasi sejauh mana karya *upcycling* pakaian mendapat perlindungan hukum dari perspektif Hak Cipta di Indonesia. Sebagaimana dibahas dalam subbab sebelumnya, skema *upcycling* pakaian sesungguhnya ada banyak, namun dalam tulisan ini yang dicontohkan ada 2 (dua) skema sebagaimana terlihat dalam Gambar 1 dan Gambar 2 di atas. Dalam mengidentifikasi apakah karya pakaian hasil *upcycling* dari kedua skema yang disajikan dalam Gambar 1 dan Gambar 2 tersebut, dapat dilindungi hak cipta, penjabaran tolak ukurnya adalah sebagai berikut:

1. Objek yang dilindungi UU 28/2014

Secara sederhana hak cipta memberikan perlindungan terhadap Ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra. Berbagai objek yang diberikan perlindungan dalam ranah Hak Cipta telah ditentukan dan diatur dalam Pasal 40 UU 28/2014. dari sisi "objek yang dilindungi UU 28/2014", untuk pakaian secara garis besar, aspek hak cipta yang dapat dilindungi adalah sketsa dari pakaian tersebut. Sebagaimana Pasal 40 ayat (1) huruf (f) UU 28/2014 yang menentukan gambar adalah salah satu objek yang dilindungi hak cipta. Lebih lanjut penjelasan Pasal 40 Ayat (1) huruf (f) UU 28/2014 tersebut menjelaskan bahwa gambar dapat diartikan salah satunya sebagai sketsa. Terlebih atas sketsa pakaian untuk produk pakaian hasil *upcycling* yang umumnya hanya ada satu (*one of a kind*) dan tidak dibuat dalam skala industri, berpotensi untuk dilindungi hak cipta. Sebagaimana studi oleh Sari (2018) yang mengemukakan terhadap desain fesyen tidak diproduksi dalam jumlah massal dan tidak untuk keperluan industri dapat dilindungi dalam ranah hak cipta, sementara jika desain tersebut memiliki kebaruan dan diproduksi massal seperti desain busana yang dikeluarkan oleh konvenski atau ritel maka mengarah pada perlindungan yang diberikan

---

<sup>39</sup> Putu Aras Samsithawrati, "Artificial Intelligence Dan Kreatifitas Digital: Subyek Hukum Dan Sarananya Dalam Perspektif Kekayaan Intelektual," *Jurnal Kertha Patrika* 45, no. 3 (2023), h. 305.

<sup>40</sup> Putu Aras Samsithawrati et al., "Perlindungan Seni Menghidangkan Makanan Dan Karya Turunannya Berbasis Teknologi: Perspektif Hak Cipta," *Jurnal Analisis Hukum* 6, no. 1 (2023): 1-17, h. 7-8.

dalam ranah KI desain industri dan bukan hak cipta<sup>41</sup>. Namun demikian, walaupun sketsa pakaian *upcycle* itu berpotensi dilindungi hak cipta, namun tidak dapat dipungkiri akan beririsan dengan isu KI dalam ranah desain industri. Sebab tren *upcycling* pakaian dewasa ini umumnya menyenangkan penggunaan potongan-potongan limbah pakaian dari produksi konveksi atau ritel yang sebagaimana studi dari Sari (2018) yang mana desain awal dari limbah pakaian konveksi atau ritel itu bisa saja sudah dimohonkan perlindungan desain industrinya oleh perusahaan yang memproduksinya.

## 2. Originalitas

Pasal 1 angka 2 UU 28/2014 mendefinisikan Pencipta adalah seorang atau beberapa orang yang secara sendiri-sendiri atau bersama-sama menghasilkan suatu ciptaan yang bersifat khas dan pribadi. Keberadaan frasa “khas dan pribadi” dalam mensyaratkan suatu karya sebagai Ciptaan merupakan siratan dari perlunya unsur originalitas dalam suatu karya. Namun demikian, tidak ada penjelasan lebih lanjut dalam undang-undang tersebut apa makna dari khas dan pribadi. Jened (2014) mengemukakan ciptaan harus benar berasal dari eksistensi Pencipta merupakan keaslian atau originalitas yang merupakan esensi dalam perlindungan hak cipta<sup>42</sup>. Bahkan originalitas dalam perlindungan Hak Cipta tidak berarti harus mengandung *novelty* (kebaruan) atau *unique* (unik) sebab karya yang didasarkan pada suatu yang sebelumnya sudah ada dalam *public domain* berpotensi sebagai karya yang memiliki originalitas<sup>43</sup>. Sehingga asli atau original dalam ranah hak cipta berbeda dengan *novelty* dalam konteks perlindungan paten. Rahmahafida (2022) mengemukakan dalam studinya, maksud dari khas dan pribadi dalam suatu Ciptaan adalah jika Ciptaan itu hanya dapat diketahui dan dijelaskan oleh si Penciptanya yang merupakan hasil pemikiran intelektualitas seseorang yang diwujudkan dalam bentuk nyata<sup>44</sup>. Dalam hal sketsa pakaian hasil *upcycle*, si Praktisi *upcycle* harus dapat membuktikan karyanya mengandung originalitas yang bersifat khas dan pribadi dan bilamana perlu *personality* dari praktisi *upcycle* tersebut dalam mengkombinasikan pola, warna, *style* pakaian, ornamen dan hal lainnya bahwa itu memang benar lahir hasil pikiran, imajinasi, ketrampilan dan keahlian di praktisi *upcycle* selaku pencipta sketsa baju hasil *upcycle* tersebut.

## 3. Kreatifitas

Kreatifitas dalam konteks perlindungan hak cipta tidak terlepas dari unsur originalitas Ciptaan. Untuk mengetahui ada atau tidaknya kreatifitas dalam suatu Ciptaan ditelusuri melalui eksistensi kemandirian Pencipta dalam mewujudkan kreatifitas atas Ciptaan tersebut sehingga kreatifitas tersebut pada akhirnya dapat dikatakan sebagai suatu yang original<sup>45</sup>. Jika si praktisi

<sup>41</sup> Ela Novita Sari, “Analisis Hukum Islam Terhadap Perlindungan Hak Cipta Pada Subsektor Ekonomi Kreatif Mengenai Desain Fesyen Busana” (UIN Raden Intan Lampung, 2018), h.50.

<sup>42</sup> Rahmi Jened, “Hukum Hak Cipta (Copyright Law)” (PT. Citra Aditya Bakti, 2014),h.81.

<sup>43</sup> *Ibid*, h.79.

<sup>44</sup> Nadia Intan Rahmahafida and Whitney Brigitta Sinaga, “Analisis Problematika Lukisan Ciptaan Artificial Intelligence Menurut Undang-Undang Hak Cipta,” *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)* 4, no. 6 (2022): 9688–96, h. 9692.

<sup>45</sup> Samsithawrati, et al (2023),*Op.Cit.* h..9.

*upcycle* dalam skema yang disajikan di Gambar 1 dan 2 mampu menunjukkan keberadaan kemandirian Pencipta dalam mewujudkan sketsa pakaian hasil *upcycle* -nya maka dapat ditafsirkan tolak ukur ini dipenuhi.

4. Diwujudkan dalam bentuk nyata

Unsur ini disyaratkan dalam ketentuan Pasal 1 angka 3 UU 28/2014 yang pada dasarnya menentukan Ciptaan itu adalah karya yang diekspresikan dalam bentuk nyata. Hal ini dikenal dengan *fixation*. *Fixation* merupakan suatu syarat yang harus dipenuhi agar suatu karya dapat diberikan perlindungan hak cipta<sup>46</sup>. Sehingga dapat dikemukakan ide tidaklah dilindungi dalam hak cipta. Dalam hal Gambar 1 dan Gambar 2 diatas, dapat ditafsirkan bahwa ide dari si praktisi *upcycle* pakaian telah dituangkan dalam bentuk sketsa yang berbentuk nyata sehingga selanjutnya dapat ia wujudkan lebih lanjut potongan-potongan limbah pakaian yang telah dikumpulkannya sesuai dengan sketsa yang telah ia buat untuk menjadi pakaian *upcycling*.

Sebagai tahapan awal, jika merujuk pada elaborasi keempat tolak ukur di atas, terhadap pakaian hasil *upcycle*, sketsa pakaian *upcycle*-nya terlihat berpotensi untuk dilindungi oleh hukum Hak Cipta Indonesia. Namun demikian, tafsiran tersebut tidak berhenti sampai pada tolak ukur itu saja, ada beberapa hal yang juga harus diperhatikan seperti penggunaan limbah pakaian yang sebelumnya sudah memiliki hak ciptanya tersendiri dan/atau KI terdaftar lainnya. Karena *upcycle* pakaian trennya dewasa ini menggunakan potongan limbah pakaian konveksi atau retail besar dan terkendal yang cenderung sudah memohonkan desain fesyennya dalam desain industri, menyebabkan hak cipta tersebut beririsan dengan isu desain industri milik pihak lain yang penting untuk disolusikan terlebih jika sketsa pakaian *upcycling* sudah dijahit menjadi baju *upcycling* baru dan dikomersialkan, misalnya dengan perolehan izin dari pemilik desain industri. Kalaupun *upcycling* pakaian tidak menggunakan limbah pakaian hasil produksi konveksi atau retail besar, bisa saja pakaian limbah itu berasal dari sketsa desainer yang tidak memproduksi pakaiannya masal, sehingga atas limbah pakaian itu, khususnya sketsa pakaiannya, memiliki perlindungan KI hak cipta tersendiri dimana yang perlu digarisbawahi walaupun tidak dicatatkan, hak cipta ini otomatis timbul ketika sudah diwujudkan dalam bentuk nyata dan dalam hal ini sudah. Sehubungan dengan dua hak cipta sketsa pakaian yang saling beririsan sebagaimana dicontohkan di bagian akhir poin ke-1 (sketsa pakaian *upcycling* dan sketsa pakaian limbah yang nantinya dipotong-potong oleh praktisi *upcycle*), menjadi penting untuk mempertimbangkan ketentuan bahwa Pencipta memiliki hak moral salah satunya untuk mempertahankan haknya dalam hal terjadi distorsi Ciptaan, mutilasi Ciptaan, modifikasi Ciptaan, atau hal yang bersifat merugikan kehormatan diri atau reputasinya (Pasal 5 Ayat (1) UU 28/2014). Ada potensi bahwasanya Pencipta sketsa pakaian yang kini menjadi limbah dan nantinya akan dipotong-potong untuk dijahit ulang oleh praktisi *upcycle* merasa tidak suka jika karyanya diubah dari bentuk aslinya, terlepas dari usaha *upcycle* ini yang sesungguhnya berusaha membuat limbah memiliki nilai tambah. Pencipta sketsa pakaian yang kini menjadi limbah dan nantinya akan dipotong-potong untuk dijahit

---

<sup>46</sup> Dyah Permata Budi Asri, "Perlindungan Hukum Preventif Terhadap Ekspresi Budaya Tradisional Di Daerah Istimewa Yogyakarta Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta," *JIPRO: Journal of Intellectual Property*, 2018, 13-23, h.22.

ulang oleh praktisi *upcycle* pada dasarnya memiliki Hak Cipta atas sketsa tersebut, walaupun tanpa dicatatkan terlebih dahulu ke Kementerian Hukum dan HAM RI dan karenanya bisa melarang praktisi *upcycle* untuk melakukan pengubahan terhadapnya. Terlebih hak moral ini melekat abadi pada Pencipta dan tidak bisa beralih atau dialihkan pada orang lain. Sehingga inti dari hak moral dalam hak cipta adalah untuk melindungi karya Pencipta dari tindakan distorsi Ciptaan, mutilasi Ciptaan, modifikasi Ciptaan oleh pihak lain<sup>47</sup>. Penjelasan Pasal 5 Ayat (1) huruf (e) UU 28/2014 menjelaskan "distorsi Ciptaan" sebagai tindakan pemutarbalikan suatu fakta atau identitas Ciptaan; "mutilasi Ciptaan" merupakan proses atau tindakan menghilangkan sebagian Ciptaan, dan "modifikasi Ciptaan" adalah pengubahan atas Ciptaan.

Berdasarkan penjelasan di atas, walaupun dengan menggunakan tolak ukur originalitas, kreatifitas, objek yang dilindungi UU 28/2014, dan diwujudkan dalam bentuk nyata, sketsa pakaian *upcycle* berpotensi untuk dilindungi oleh hukum Hak Cipta Indonesia, sepanjang diberi izin oleh Pemilik KI sebelumnya yang dipergunakan sebagai bahan-bahan membuat pakaian hasil *upcycling* sebab karya itu rentan dengan isu kepemilikan hak cipta lain dan/atau KI lain yang sudah terdaftar serta hak moral Pencipta dari pakaian yang kini menjadi limbah dan dipergunakan sebagai bahan *upcycling*.

### 3.1.3. Perlindungan Hukum Terhadap Karya *Upcycling* Pakaian dari Perspektif Hukum Merek Indonesia

Tren *upcycling* pakain selain dikaji dari perspektif KI Hak Cipta juga sangat menarik untuk dikaji dari perspektif KI merek. Hal ini sebab *upcycling* pakaian umumnya memadukan berbagai potongan-potongan limbah pakaian yang dijahit sedemikian rupa berdasarkan sketsa praktisi *upcycling* dengan tetap menampilkan merek-merek bawaan yang melekat pada potongan-potongan limbah yang dipergunakannya. Sehingga jika melihat Gambar 1 di atas yang menggunakan sebuah merek dari potongan limbah pakaian sebelumnya, terlebih lagi Gambar 2 dimana baju hasil *upcycling* menampilkan banyak merek terdaftar dari potongan-potongan limbah fesyen sebelumnya, maka akan menimbulkan kebingungan bagi bagi orang-orang di luar sana yang melihatnya dan/atau bahkan calon konsumen produk pakaian hasil *upcycling* (jika pakaian *upcycling* itu dikomersialkan). Hal ini kurang lebih sejalan dengan yang dikemukakan Martin Senftleben (2024) dalam studinya dimana *upcycling* fesyen dapat memicu berbagai hal dalam perspektif merek seperti kebingungan konsumen (*consumer confusion*), kemunduran merek (*brand dilution*), dan praktik yang tidak adil (*unfair freeriding*)<sup>48</sup>.

Merek di Indonesia diatur dalam UU 20/2016. Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafi berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa (Pasal 1 angka 1 UU 20/2016). Berbeda dengan hak cipta yang perlindungannya timbul otomatis setelah karya diwujudkan menjadi bentuk nyata, sistem perlindungan merek di Indonesia adalah *first to file* atau perlindungan hukum diberikan berdasarkan pendaftaran terlebih dahulu sebagaimana nampak di ketentuan

<sup>47</sup> Henry Soelistyo, "Distorsi Hak Moral Dalam Orbit Digital," *Technology and Economics Law Journal* 1, no. 2 (2022): 1. H.101.

<sup>48</sup> Martin Senftleben, "Fashion Upcycling as Protected Free Speech in Trademark Law," *University of Miami International and Comparative Law Review* 31, no. 2 (2024): 349,h.349.

Pasal 3 UU 20/2016. Jadi tepat ketika merek dinyatakan terdaftar oleh Kemenjuman RI, maka saat itulah perlindungan hukum atas mereknya dimulai<sup>49</sup>. Pengaturan pendaftaran merek secara lebih detail terlihat dalam Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 Tahun 2016 Tentang Pendaftaran Merek (Permenkumham 67/2016) jo. Peraturan Menteri Hukum dan HAM Nomor 12 Tahun 2021 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 Tahun 2016 Tentang Pendaftaran Merek (Permenkumham 12/2021).

Fungsi merek dalam kehidupan sehari-hari yaitu: (1) *product identity* dimana merek berfungsi sebagai tanda pembeda antara barang dan/atau jasa yang diproduksi suatu pihak dengan barang dan/atau jasa pihak lainnya; (2) *means of trade promotion* dimana merek itu sebagai simbol promosi pengusaha ketika mengiklankan produknya dengan menyebut merek; (3) *quality guarantee* dimana merek memberikan jaminan kualitas barang dan/atau jasa; dan (4) *source of origin* dimana dengan merek menjadi mudah untuk mengidentifikasi asal produksi dari barang dan/atau jasa tersebut<sup>50</sup>. Merujuk pada fungsi-fungsi tersebut, timbul pertanyaan-pertanyaan hukum terkait *tren upcycling* pakaian yang menampilkan banyak merek terdaftar dari potongan-potongan limbah fesyen sebelumnya, Contohnya, apakah potongan pakaian yang menampilkan merek terdaftar sebelumnya itu bisa dipergunakan untuk bahan pakaian *upcycling* serta apakah merek terdaftar yang satu bisa disandingkan dengan berbagai merek terdaftar lainnya dalam satu pakaian hasil *upcycling*.

Sebagaimana pengusaha lainnya baik dalam skala besar maupun UMKM, praktisi *upcycling* pakaian yang hendak mengkomersialisasikan produk hasil *upcycling*-nya dapat mengajukan permohonan pendaftaran merek. Dengan diterbitkannya sertifikat merek atas barang yang diproduksinya, sederhananya ia akan memiliki identitas komersial yang membedakannya dari barang pihak lain. Ia juga mendapat perlindungan hukum merek selama 10 (sepuluh) tahun dan bisa diperpanjang untuk jangka waktu yang sama (Pasal 35 Ayat (1) dan (2) UU 20/2016). Dalam mendaftarkan suatu merek, harus diperhatikan ketentuan Pasal 20 UU 20/2016 mengenai kriteria merek yang tidak dapat didaftar, salah satunya dalam huruf (e) yaitu tidak memiliki daya pembeda. Sebagaimana pengertian merek dalam Pasal 1 angka 1 UU 20/2016 yang esensinya adalah tanda yang dipergunakan sebagai pembeda barang dan/atau jasa produksi suatu pihak dengan pihak lainnya. Dengan demikian resiko persamaan merek menjadi signifikan manakala tidak ada daya pembeda yang cukup<sup>51</sup>. Ketentuan berikutnya yang perlu diperhatikan juga adalah ketentuan dari Pasal 21 UU 20/2016 mengenai kriteria-kriteria ditolaknya permohonan karena persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya. Sudargo Gautama dalam Aritonang, Permata dan Ramli (2024) menyebutkan kesan yang diberikan oleh merek tersebut pada masyarakat umum akan mempengaruhi penilaian eksistensi persamaan pada pokoknya pada suatu merek<sup>52</sup>. Sedangkan terkait merek yang memiliki persamaan pada pokoknya berarti suatu

<sup>49</sup> Rendy Alexander, "Penerapan Prinsip 'First To File' Pada Konsep Pendaftaran Merek Di Indonesia," *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 10, no. 9 (2022): 12.h. 2111.

<sup>50</sup> Belardo Prasetya Mega Jaya, Mohamad Fasyehudin, and Wardatun Naddifah, "Kebijakan Pemerintah Tentang Merek Dalam Memberikan Perlindungan Hukum Terhadap UMKM," *Jurnal Ilmiah Advokasi* 10, no. 2 (2022): 98-105.,h. 101-102.

<sup>51</sup> Aileen Griselda P Aritonang, Rika Ratna Permata, and Tasya Safiranita Ramli, "Implikasi Dan Pelindungan Hukum Terhadap Praktik Trademark Bullying Pada Era Digital Berdasarkan Hukum Positif Di Indonesia," *COMSERVA: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat* 3, no. 12 (2024): 4858-68.h.4861.

<sup>52</sup> *Ibid.*,h. 4862.

merek yang dimohonkan pendaftarannya adalah reproduksi atau *copy* merek terdaftar milik pihak lain. Doktrin *entirentis similar* sejalan dengan hal tersebut dimana persamaan keseluruhan elemen merupakan dasar penentuan keberadaan adanya persamaan<sup>53</sup>. Sehingga praktisi *upcycling* untuk mendaftarkan merek yang akan dipergunakan pada pakaian hasil *upcycling*-nya hindarilah pemilihan merek yang memiliki persamaan pada keseluruhan atau persamaan pada pokoknya dengan merek terdaftar. Dalam merek dikenal adanya 5 (lima) kategori dari merek dengan proteksi tertinggi hingga yang tidak layak dilindungi. Lima (5) kategori itu disebut "*Abercrombie classification*" yang awal mulanya berasal dari Judge Firendly pada putusannya yang berpengaruh dalam 1976 *Second Circuit Court of Appeals* pada kasus *Abercrombie & Fitch Co. v. Hunting World*. Berikut adalah kategorinya dari merek dengan perlindungan yang terkuat hingga tidak layak dilindungi: (1) *Fanciful*, merek yang lahir dari kata khayalan unik dan menarik yang tidak menunjukkan dengan jelas jasa atau barang yang akan diwakili dari merek tersebut. Contohnya Kodak untuk kamera; (2) *arbitrary*, merek yang lahir karena penggunaan makna yang memiliki hubungan secara langsung dengan objek yang lain dibandingkan dengan barang atau jasa yang diwakili dari merek itu. Contoh merek Blackberry telepon genggam yang notabene sesungguhnya adalah nama buah; (3) *suggestive*, merupakan merek yang berbalik dari *fanciful* dan *arbitrary*, karena mereknya memiliki kaitan erat dengan barang atau jasa yang diwakilinya. Contohnya merek Roach Motel sebagai merek produk pembasmi serangga; (4) *Descriptive*, merek yang secara langsung menggambarkan barang atau jasa yang diwakilinya. Contohnya Supermie sebagai merek untuk mie yang super; dan (5) *Generic Term*, tanda yang menunjukkan *genus* produk yang direpresentasikannya yang menjelaskan objek itu secara umum. Contohnya Larutan Penyegar untuk produk larutan penyegar<sup>54</sup>.

Penjelasan paragraf di atas mengarah pada kesempatan bagi praktisi *upcycling* untuk mendaftarkan merek yang akan dipergunakan pada pakaian hasil *upcycling*-nya. Seperti dalam Gambar 1, si praktisi *upcycling* dalam kenyataannya sering juga menggunakan merek mereka pada pakaian hasil *upcycling*. Dalam Gambar 1 itu terlihat, ia mencantumkan mereknya sendiri "*made by BIRU*" sebagai tag yang ditaruh di dalam baju. Namun memang ini suatu dilema, sebab jika berdasarkan contoh pada Gambar 1, meskipun praktisi *upcycle* memakai mereknya sendiri, tetapi ditaruh di dalam baju yang mana jika dipergunakan oleh konsumennya atau oleh dirinya, merek itu tidak terlihat. Dari luar yang terlihat adalah merek terdaftar "*as*", yang asalnya dari limbah baju "*as*" ukuran dewasa yang dipotong-potong sedemikian rupa menjadi baju *upcycling* bentuk jumper anak-anak. Sehingga dapat ditafsirkan seakan-akan ada keinginan dari praktisi *upcycling* menggunakan logo/merek terdaftar dari potongan pakaian limbah yang digunakannya sebagai daya tarik utama produk *upcycling* pakaianya dan seakan produk *upcycling* pakaian itu didukung oleh pemilik merek terdaftar dari potongan pakaian yang dipergunakan. Perlu digarisbawahi dan sejalan dengan bahasan dari perspektif hak cipta dalam subbab sebelumnya, perlindungan KI terhadap karya pakaian hasil *upcycling* berpotensi mengalami isu hukum KI sebab terdapat elemen penggunaan ulang dari material yang memiliki KI pihak lain. Contohnya, pakaian bekas yang digunakan sebelumnya sudah memiliki desain yang dilindungi atau mencantumkan merek terdaftar. Sehingga penggunaan kembali

<sup>53</sup> Yurida Zakky Umami, "Penerapan Doktrin Persamaan Merek Pada Pendaftaran Merek," *QISTIE* 9, no. 2 (2017), h. 124.

<sup>54</sup> h. 489-490.



potongan-potongan pakaian tersebut perlu dilakukan dengan seizin Pemilik KI nya agar tidak melanggar hak pemilik sebelumnya. Dalam konteks merek, hal tersebut juga dapat berpengaruh pada citra atau reputasi dan bahkan melemahkan kekhasan dari produk pemilik merek terdaftar yang pakaiannya dijadikan bahan pembuatan pakaian *upcycling*. Sehingga izin dari pemilik merek terdaftar dari potongan pakaian yang dipergunakan adalah kunci skema *upcycling* seperti ini.

Dikomersialisasi atau tidak dikomersialisasi (untuk dipergunakan sendiri), penggunaan potongan limbah baju dalam pakaian hasil *upcycling* sebagaimana digambarkan dalam Gambar 1 dan Gambar 2, seharusnya tidak menimbulkan kebingungan konsumen atau pihak lain yang melihatnya. Dalam ranah merek dikenal pelanggaran merek yang disebut sebagai *passing off* atau tindakan pembocoran reputasi suatu merek yang tujuannya untuk meraup keuntungan instan dan tanpa itikad baik dengan bergantung pada *goodwill* atau reputasi baik dari merek yang dipergunakan tersebut. *Passing off* biasanya dilakukan terhadap *well-known mark* (merek terkenal) atau merek yang dipercayai masyarakat ada lebih dahulu atau dikenal banyak orang<sup>55</sup>. Ada 3 (tiga) elemen yang dipakai sebagai tolak ukur apakah suatu pihak sudah melakukan *passing off* merek yaitu: (1) merek yang dibonceng sudah memiliki reputasi bisnis yang baik di masyarakat; (2) misrepresentasi yang mana merek yang melakukan *passing off* menyebabkan terkecohnya publik (*public misleading*) dan kebingungan (*likelihood of confusion*); (3) pemilik merek asli mengalami kerugian<sup>56</sup>.

Sebagai perbandingan di luar hukum Indonesia, sebagaimana dilansir oleh *World Intellectual Property Organization* (WIPO) pada website WIPO Magazine dalam tulisan Irene Calboli (2023) yang membahas mengenai praktik *upcycling*, keberlanjutan dan KI, dikenal *Principle of Exhaustion* atau *first sale* dimana dalam keadaan tertentu penggunaan suatu merek tanpa izin pemilik mereknya adalah sah (*lawful*)<sup>57</sup>. Berdasarkan prinsip ini, pemilik merek tidak dapat melarang pembeli sah dari suatu produk yang mereknya melekat disana, untuk menjual, meminjamkan, atau memberikan barang tersebut kepada orang lain. Setelah sebuah produk yang asli dan bermerek memasuki alur peredaran barang, perlindungan merek dianggap habis dan penjualan berikutnya yang tidak sah atas produk tersebut tidak melanggar perlindungan merek<sup>58</sup>. Namun *Principle of Exhaustion* itu bisa jadi tidak berlaku bagi produk hasil *upcycle* yang menggunakan merek terdaftar lainnya pada produk hasil *upcycle* sebab terdapat unsur "*the quality of the product has been altered*" atau kualitas dari produk telah diubah sehingga penerapan *Principle of Exhaustion* dikesualikan<sup>59</sup>. Pemilik Merek terdaftar yang potongan pakaiannya dijadikan produk *upcycle* ditafsirkan dapat mengajukan keberatan jika penggunaan limbah produk mereka itu dianggap dapat merusak citra atau melemahkan kekhasan dari produk yang mereka miliki. Sehingga memang di satu sisi *upcycle* merupakan suatu gerakan positif dalam menjaga keberlanjutan di dunia, namun di lain sisi masih banyak isu-isu terkait perlindungan

<sup>55</sup> Shafa Salsabila, Ahmad M Ramli, and Rika Ratna Permata, "Pelindungan Merek Terhadap Penyesatan Afiliasi Merek Dalam Dunia Digital Berdasarkan UU Merek Dan UU ITE," *Media Hukum Indonesia (MHI)* 2, no. 2 (2024): 15–25.h. 18.

<sup>56</sup> Tim Lindsey dalam *Ibid.*

<sup>57</sup> Irene Calboli, "Upcycling, Sustainability, and IP: What It Means for the World of Fashion," 2023, [https://www.wipo.int/wipo\\_magazine\\_digital/en/2023/article\\_0022.html#:~:text=One such instance is where,materially different from the original.](https://www.wipo.int/wipo_magazine_digital/en/2023/article_0022.html#:~:text=One such instance is where,materially different from the original.)

<sup>58</sup> *Ibid.*

<sup>59</sup> *Ibid.*

KI yang harus diperhatikan agar tidak melanggar hak KI milik pihak lain. Tak jarang memang, tren *upcycling* ini dipandang sebagai ancaman bagi merek-merek *luxury*. Pada kasus *Chanel Inc. v. Shiner + Duke LLC* (Amerika Serikat), Chanel menuntut Shiver + Duke salah satunya atas pelanggaran merek karena produk *upcycled* mereka mengandung bagian-bagian dari merek *luxury*, termasuk kancing Chanel asli yang digunakan ulang (*repurposed*)<sup>60</sup>. Berkaitan dengan hal tersebut, contohnya Nike, Rolex, dan Ralph Lauren, telah mengajukan tuntutan serupa yang semuanya berakhir dengan perjanjian penyelesaian rahasia (*confidential settlement agreement*)<sup>61</sup>. Prihal bagaimana Pengadilan tersebut menanggapi hal tersebut menjadi menarik sebab tidak satu pun dari kasus-kasus ini yang pengadilannya secara eksplisit memutuskan bahwa produk *upcycle* fesyen tersebut dapat mengandalkan *Principle of Trademark Exhaustion* agar tidak dianggap sebagai pelanggaran merek dagang<sup>62</sup>.

Penggunaan merek terdaftar yang berasal dari potongan-potongan limbah pakaian yang dijahit sedemikian rupa menjadi produk pakaian *upcycle* oleh praktisi *upcycle* perlu dilakukan dengan hati-hati agar tidak melanggar pihak lain. Contohnya, penggunaan potongan-potongan limbah pakaian tanpa memajang merek terdaptarnya yang dapat membuat publik terkecoh dan bingung. Selain itu, aspek adanya izin dari pemilik merek terdaftar sebelumnya tentunya sangat diperlukan agar terhindar dari isu pelanggaran merek.

### **3.2. Mekanisme Perizinan Penggunaan Merek Terdaftar yang Dijadikan Produk *Upcycling* Pakaian**

*Upcycling* pakaian menggunakan potongan-potongan limbah pakaian untuk dipergunakan dan dijahit sedemikian rupa sehingga menjadi suatu karya pakaian *upcycling* yang bernilai tambah dan tak jarang bernilai tinggi. Di satu sisi, *upcycling* pakaian merupakan upaya penyelamatan bumi dengan memanfaatkan limbah-limbah pakaian agar berdaya guna. Di lain sisi, kegiatan ini rentan dengan isu pelanggaran merek.

Dalam praktik *upcycling* pakaian di dunia nyata, banyak praktisi *upcycling* pakaian yang memperlihatkan secara jelas merek-merek terkenal atau setidaknya merek terdaftar yang sudah lebih dahulu dikenal dalam masyarakat melalui potongan-potongan baju limbah dari merek tersebut untuk dijahit menjadi sebuah pakaian *upcycling*. Dalam promosi produk pakaian *upcyclingnya*, praktisi *upcycling* pakaian juga sering mencantumkan kombinasi mereknya dengan tanda "x" sebagai tanda kolaborasi dengan merek terdaftar itu. Contoh imajinernya adalah "Made by BIRU x ZUPR!"<sup>63</sup>. Di antara kolaborasi yang terjadi di lapangan, bisa saja memang kolaborasi antar merek tersebut dengan praktisi *upcycling* pakaian benar terjadi serta memiliki izin penggunaan merek sehingga tidak ada unsur pelanggaran merek daripadanya. Bisa aja *luxury brand* atau merek-merek terdaftar yang berkolaborasi dengan praktisi *upcycle* itu merasa senang produknya di-*upcycle* sehingga memiliki nilai tambah yang membuat reputasi mereka meningkat. Namun, bisa jadi disatu sisi ada keinginan yang sengaja menjadikan merek-merek pada potongan pakaian dalam produk *upcycling*-nya sebagai daya tarik utama untuk memperoleh keuntungan instan atau melakukan

---

<sup>60</sup> *Ibid.*

<sup>61</sup> *Ibid.*

<sup>62</sup> *Ibid.*

<sup>63</sup> Dalam contoh imajiner ini, "Made by BIRU" adalah merek dari praktisi *upcycling* pakaian, dan "ZUPR!" adalah merek terdaftar yang potongan pakaiannya dijadikan bahan dalam membuat pakaian *upcycle*.

*passing off* sebagai salah satu pelanggaran merek. Kemungkinan lainnya bisa jadi ada ketidaktahuan praktisi *upcycling* pakaian mengenai ketentuan hukum merek sehingga tidak ada niatan melanggar merek secara sengaja disana. Namun demikian, terlepas dari hal tersebut, sangat penting bagi praktisi *upcycling* pakaian untuk memperoleh izin dari pemilik merek-merek pada potongan pakaian yang dipergunakan dalam produk *upcycling*-nya. Hal ini karena belum tentu semua pemilik merek itu senang pakaiannya di-*upcycle* sebab bisa dianggap mengganggu citra atau reputasi merek yang dibangunnya karena ada perubahan material pada proses *upcycle* itu, dan belum tentu antar pemilik merek yang disandingkan dalam suatu produk *upcycle* senang untuk disandingkan secara bersamaan antara satu sama lain sebab bisa jadi ada perbedaan visi misi pada pakaiannya yang bila dijadikan satu kesannya mereka memiliki visi misi yang sama dan karenanya mengurangi citra/reputasi mereka.

Berdasarkan ketentuan hukum merek di Indonesia, lisensi merupakan cara bagi pihak lain selain Pemilik Merek untuk dapat mempergunakan merek terdaftar tersebut baik sebagian maupun seluruh jenis barang dan/atau jasa (Pasal 42 UU 20/2016). Kemudian pertanyaannya adalah, bagaimanakah mekanisme perizinan penggunaan merek terdaftar yang dijadikan produk *upcycling* pakaian? Mekanisme pemberian izin penggunaan merek-merek terdaftar dalam produk pakaian *upcycling* dengan lisensi itu pada dasarnya dilakukan sebagaimana mekanisme pemberian izin melalui lisensi pada umumnya sebagai berikut:

- a. Melalui perjanjian tertulis
  - i. Lisensi dilakukan berdasarkan perjanjian secara tertulis antara pemberi lisensi dan penerima lisensi (Pasal 1 angka 18 UU 20/2016 jo. Pasal 5 Ayat (1) Peraturan Pemerintah No. 36 Tahun 2018 tentang Pencatatan Perjanjian Lisensi Kekayaan Intelektual (PP 36/2018));
  - ii. Isi perjanjian lisensi tertulis itu setidaknya memuat: tanggal, bulan, tahun, dan tempat perjanjian Lisensi ditandatangani; nama dan alamat pemberi Lisensi dan penerima Lisensi; objek perjanjian Lisensi, jangka waktu perjanjian Lisensi; dan wilayah berlakunya perjanjian Lisensi, ketentuan mengenai Lisensi bersifat eksklusif atau noneksklusif, termasuk sublisensi (Pasal 7 Ayat (2) PP 36/2018) serta
  - iii. Kontennya tidak boleh melanggar ketentuan perundang-undangan, kesusilaan, nilai agama, dan ketertiban umum, merugikan kepentingan dan perekonomian nasional Indonesia, mengarah pada persaingan usaha tidak sehat, mengandung pembatasan yang dapat menghambat pengalihan, pengembangan dan penguasaan teknologi bagi bangsa Indonesia (Pasal 6 PP 36/2018); serta
- b. Melakukan pencatatan perjanjian lisensi merek
  - i. Perjanjian lisensi wajib dilakukan pencatatannya pada Menteri Hukum dan HAM RI dengan biaya (Pasal 42 Ayat (3) UU 20/2016 jo. Pasal 2 Ayat (1) PP 36/2018). Pihak ketiga tidak akan terdampak dari perjanjian lisensi itu bilamana tidak dicatatkan (Pasal 42 Ayat (3) UU 20/2016);
  - ii. Pencatatan perjanjian lisensi harus diajukan oleh Kuasa bilamana pihak pemberi lisensi dan/atau penerima lisensinya merupakan Warga

Negara Asing atau bertempat tinggal/berkedudukan tetap di luar Indonesia (Pasal 8 PP 36/2018);

- iii. Permohonan pencatatan perjanjian lisensi itu dilakukan secara tertulis menggunakan Bahasa Indonesia melalui media elektronik atau non elektronik dengan setidaknya melampirkan: (a) salinan perjanjian lisensi; (b) petikan resmi sertifikat merek; (c) surat kuasa (jika lewat kuasa pengajuannya); (d) bukti pembayaran biaya pencatatan (Pasal 10 PP 36/2018).

Setelah para pihak, pemberi lisensi merek dengan penerima merek (praktisi *upcycle*) membuat perjanjian lisensi tertulis dan mengajukan permohonan pencatatan perjanjian lisensi merek, selanjutnya akan dilakukan pemeriksaan kelengkapan dan kesesuaian dokumen terlebih dahulu sebelum diterbitkan surat pencatatan perjanjian lisensi merek oleh Menteri Hukum dan HAM RI yang terbit paling lambat 2 (dua) hari terhitung sejak tanggal pemeriksaan dinyatakan lengkap dan sesuai (Pasal 12 jo. Pasal 15 PP 36/2018). Kecuali diperjanjikan lain dalam perjanjian pemberian lisensi merek, pihak pemberi lisensi merek yang sudah memberikan lisensi kepada pihak penerima lisensi untuk menggunakan mereknya pada dasarnya masih bisa menggunakan merek itu untuk dirinya sendiri atau memberikan lisensi pada pihak ketiga (Pasal 43 UU 20/2016). Jika terhadap satu produk pakaian hasil *upcycle* memadukan beberapa merek yang melekat pada potongan limbah pakaian yang dipergunakan, maka perlu dibuat beberapa perjanjian lisensi merek tertulis beserta pencatatannya untuk masing-masing merek yang dipergunakan dan konfirmasi apakah merek yang satu berkenan untuk disandingkan sekaligus dengan merek lainnya dalam sebuah pakaian hasil *upcycle* untuk terhindar dari pelanggaran merek.

#### 4. Kesimpulan

Perlindungan hukum ganda dari ranah hak cipta dan merek berpotensi memberikan posisi yang lebih kuat dalam hal komersialisasi dan upaya mencegah pelanggaran terhadap produk pakaian hasil *upcycling*. Dari perspektif hak cipta, dengan menggunakan tolak ukur originalitas, kreatifitas, objek yang dilindungi UU 28/2014, dan diwujudkan dalam bentuk nyata, sketsa pakaian *upcycle* berpotensi untuk dilindungi oleh hukum Hak Cipta Indonesia berdasarkan Pasal 40(1)(f) UU 28/2014, sepanjang diberi izin oleh Pemilik KI sebelumnya yang dipergunakan sebagai bahan-bahan membuat pakaian hasil *upcycling* sebab karya itu rentan dengan isu kepemilikan hak cipta lain dan/atau KI lain yang sudah terdaftar serta hak moral Pencipta dari pakaian yang kini menjadi limbah dan dipergunakan sebagai bahan *upcycling*. Sebagaimana pengusaha lainnya, praktisi *upcycling* pakaian yang hendak mengkomersialisasikan produk hasil *upcycling*-nya dapat mengajukan permohonan pendaftaran merek dimana pemilihan mereknya menghindari yang memiliki persamaan pada keseluruhan atau persamaan pada pokoknya dengan merek terdaftar sebelumnya serta merujuk pada *Abercrombie classification* maka disarankan menggunakan merek dengan tingkat perlindungan tertinggi seperti *fanciful* (kata khayalan yang tidak menggambarkan jelas barang atau jasa yang diwakilinya) atau setidaknya *arbitrary* (fokus pada pemaknaan objek lain dibanding barang atau jasa yang diwakilinya). Sama seperti dalam perspektif hak cipta, produk pakaian hasil *upcycling* yang umumnya memanfaatkan potongan limbah pakaian yang sebelumnya sudah memiliki KI merek terdaftar yang melekat terhadapnya juga rentan isu pelanggaran merek jika *upcycling* tersebut dilakukan tanpa dimilikinya izin dari

pemilik merek terdaftar itu. Terlebih jika ada niatan dari praktisi *upcycling* yang membonceng merek terkenal atau merek terdaftar yang setidaknya sudah dikenal masyarakat lebih dulu (*passing off*) dengan memajang jelas merek-merek itu melalui susunan potongan bajunya yang ditata sedemikian rupa di pakaian hasil *upcycling* sebagai daya tarik utama sehingga menyebabkan publik terkecoh dan bingung yang berpotensi sebagai pelanggaran merek. Mekanisme pemberian izin penggunaan merek-merek terdaftar dalam produk pakaian *upcycling* dilakukan dengan pembuatan perjanjian lisensi tertulis yang dicatatkan di Menteri Hukum dan HAM RI dan kemudian terhadapnya terbit surat pencatatan perjanjian lisensi merek. Tren *upcycling* pakaian walaupun masih sangat kompleks, namun pemahaman yang baik oleh Praktisi *Upcycle* atas perundang-undangan Hak Cipta dan Merek di Indonesia sangat diperlukan untuk melindungi karya *upcycle* dan KI hak cipta atas sketsa pakaian *upcycle* dan merek dagang pakaian *upcycle*-nya sendiri serta KI dari pemilik KI yang dipergunakan dalam produk *upcycle*-nya.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Jened, Rahmi. "Hukum Hak Cipta (Copyright Law)." PT. Citra Aditya Bakti, 2014.
- Jonaedi Efendi, Johnny Ibrahim. *Metode Penelitian Hukum: Normatif Dan Empiris*. Depok: Prenadamedia Group, 2018.
- Kristiawanto, S H I. *Memahami Penelitian Hukum Normatif*. Prenada Media, 2022.
- Rizkia, Nanda Dwi, and Hardi Fardiansyah. *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*. Penerbit Widina, 2022.

### Jurnal

- Alexander, Rendy. "Penerapan Prinsip 'First To File' Pada Konsep Pendaftaran Merek Di Indonesia." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 10, no. 9 (2022): 12.
- Aritonang, Aileen Griselda P, Rika Ratna Permata, and Tasya Safiranita Ramli. "Implikasi Dan Pelindungan Hukum Terhadap Praktik Trademark Bullying Pada Era Digital Berdasarkan Hukum Positif Di Indonesia." *COMSERVA: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat* 3, no. 12 (2024): 4858-68.
- Asri, Dyah Permata Budi. "Perlindungan Hukum Preventif Terhadap Ekspresi Budaya Tradisional Di Daerah Istimewa Yogyakarta Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta." *JIPRO: Journal of Intellectual Property*, 2018, 13-23.
- Cassar, Rachael. "Innovative Upcycling: The Creative Potential of Collaborating with Degraded Materials." *Fashion Theory*, 2024, 1-25.
- Harjani, Centaury. "Upcycle: As a New Preference in the Art of Climate Change." *International Journal of Creative and Arts Studies* 7, no. 2 (2020): 101-13.
- Hartanti, Monica, and Elizabeth Wianto. "Training and Marketing of Fashion Upcycling Products in Local Communities." *Journal of Innovation and Community Engagement* 4, no. 2 (2023): 78-91.
- Hur, Eunsuk. "Rebirth Fashion: Secondhand Clothing Consumption Values and Perceived Risks." *Journal of Cleaner Production* 273 (2020): 122951.
- Jaya, Belardo Prasetya Mega, Mohamad Fasyehhudin, and Wardatun Naddifah. "Kebijakan Pemerintah Tentang Merek Dalam Memberikan Perlindungan Hukum Terhadap UMKM." *Jurnal Ilmiah Advokasi* 10, no. 2 (2022): 98-105.
- Koto, Ismail, Ida Hanifah, and Surya Perdana. "Legal Protection Of Communal Intellectual Property In Indonesia." *Kanun Jurnal Ilmu Hukum* 24, no. 2 (2022):

298-309.

- Marques, António Dinis, Beatriz Moreira, Joana Cunha, and Sofia Moreira. "From Waste to Fashion—a Fashion Upcycling Contest." *Procedia CIRP* 84 (2019): 1063-68.
- Nugraha, Trisha Caicartica Lovinta, M Chairil Akbar Setiawan, and Sindy Yulia Putri. "Dampak Strategi Offshore Outsourcing Dalam Bisnis Fast Fashion Terhadap Degradasi Lingkungan Di Bangladesh." *Journal of Political Issues* 5, no. 1 (2023): 110-23.
- Pratitis, Ratih Wahyu, and Rifka Ayu Aprilia Yumarnis. "Dampak Fast Fashion Terhadap Lingkungan Dan Masyarakat: Studi Kasus Brand H&M." *Kultura: Jurnal Ilmu Hukum, Sosial, Dan Humaniora* 2, no. 1 (2024): 327-34.
- Rahmahafida, Nadia Intan, and Whitney Brigitta Sinaga. "Analisis Problematika Lukisan Ciptaan Artificial Intelligence Menurut Undang-Undang Hak Cipta." *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)* 4, no. 6 (2022): 9688-96.
- Salsabila, Shafa, Ahmad M Ramli, and Rika Ratna Permata. "Pelindungan Merek Terhadap Penyesatan Afiliasi Merek Dalam Dunia Digital Berdasarkan UU Merek Dan UU ITE." *Media Hukum Indonesia (MHI)* 2, no. 2 (2024): 15-25.
- Samsithawrati, Ni Putu Aras, I Gede Agus Kurniawan, and Ni Ketut Supasti Dharmawan. "Legal Protection for Intellectual Property Holders in Business Activities in The Era of The Industrial Revolution 4.0." *Jurisprudentie: Jurusan Ilmu Hukum Fakultas Syariah Dan Hukum* 11, no. 1 (2024): 74-81.
- Samsithawrati, Putu Aras. "Artificial Intelligence Dan Kreatifitas Digital: Subyek Hukum Dan Sarananya Dalam Perspektif Kekayaan Intelektual." *Jurnal Kertha Patrika* 45, no. 3 (2023).
- Samsithawrati, Putu Aras, Ni Ketut Supasti Dharmawan, Putri Triari Dwijayanthi, Anak Agung Istri Eka Krisnayanti, and Dewa Ayu Dian Sawitri. "Perlindungan Seni Menghidangkan Makanan Dan Karya Turunannya Berbasis Teknologi: Perspektif Hak Cipta." *Jurnal Analisis Hukum* 6, no. 1 (2023): 1-17.
- Senftleben, Martin. "Fashion Upcycling as Protected Free Speech in Trademark Law." *University of Miami International and Comparative Law Review* 31, no. 2 (2024): 349.
- Soelistyo, Henry. "Distorsi Hak Moral Dalam Orbit Digital." *Technology and Economics Law Journal* 1, no. 2 (2022): 1.
- Sung, Kyungeun, Tim Cooper, and Sarah Kettley. "Individual Upcycling Practice: Exploring the Possible Determinants of Upcycling Based on a Literature Review," 2014.
- Umami, Yurida Zakky. "Penerapan Doktrin Persamaan Merek Pada Pendaftaran Merek." *QISTIE* 9, no. 2 (2017).

### **Prosiding**

- Krulinasari, Widya, and Yudi Yusnandi. "Tinjauan Limbah Kain Sisa Produksi Menurut Hukum Internasional Dan Hukum Nasional." In *Prosiding Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2:57-64, 2021.
- Zalsabila, Anisya Fresha, Arini Arumsari, and Pravitra Viniani. "Pengolahan Material Kulit Domba Sisa Produksi Brand Astiga Dengan Inspirasi Festival Domba Garut Menggunakan Teknik Patchwork." *EProceedings of Art & Design* 10, no. 3 (2023).

### **Website**

- AFFA. "Tips Membuat Produk 'Upcycle' Tanpa Melanggar Hak Merek." Accessed

- November 3, 2024. <https://affa.co.id/tips-membuat-produk-upcycle-tanpa-melanggar-hak-merek/>.
- Calboli, Irene. "Upcycling, Sustainability, and IP: What It Means for the World of Fashion," 2023. [https://www.wipo.int/wipo\\_magazine\\_digital/en/2023/article\\_0022.html#:~:text=One such instance is where,materially different from the original.](https://www.wipo.int/wipo_magazine_digital/en/2023/article_0022.html#:~:text=One%20such%20instance%20is%20where,materially%20different%20from%20the%20original.)
- FWD. "Upcycling Fashion, Trend Yang Bantu Selamatkan Bumi!," 2024. <https://www.fwd.co.id/id/fwdmax/passionstory-fashion-and-music/Upcycling-Fashion-Trend-yang-Bantu-Selamatkan-Bumi/>.
- Indonesia, Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik. "Pakaian." Accessed November 3, 2024. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/pakaian>.
- Liputan6.com. "Berapa Jumlah Manusia Di Bumi? Simak Fakta Mengejutkan Populasi Dunia 2024," 2024. <https://www.liputan6.com/hot/read/5682075/berapa-jumlah-manusia-di-bumi-simak-fakta-mengejutkan-populasi-dunia-2024?page=2>.
- Neira, Kingkit. "5 Brand Upcycling Fashion Sulap Limbah Jadi Berkelas," 2023. <https://laruna.id/5-brand-upcycling-fashion-sulap-limbah-jadi-berkelas/>.
- Rikasari, Diana. "Diana Rikasari." Accessed November 3, 2024. <https://www.dianarikasari.com/>.
- Tempo.co. "Sejarah Thrifting Di Berbagai Negara, Tak Sekadar Jualan Baju Bekas," 2023. <https://satu.tempo.co/gaya-hidup/sejarah-thrifting-di-berbagai-negara-tak-sekadar-jualan-baju-bekas-208020>.
- Vogue. "A Global Guide to Upcycling and Recycling Your Closet," 2023. <https://www.vogue.com/article/a-global-guide-to-upcycling-and-recycling-your-closet>.

### **Lainnya**

- Leman, Fiona May, J P Soelityowati, and Jennifer Purnomo. "Dampak Fast Fashion Terhadap Lingkungan." In *Seminar Nasional Envisi*, 2020.
- Nations, United. "The 2030 Agenda for Sustainable Development," n.d. <https://sdgs.un.org/2030agenda>.
- Sari, Ayu Reski, Srikandi Srikandi, and Rosmiaty Rosmiaty. "Analisis Tingkat Pengetahuan Mahasiswa Pendidikan Kesejahteraan Keluarga Tahun 2014 Terhadap Istilah-Istilah Busana." UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR, 2019.
- Sari, Ela Novita. "Analisis Hukum Islam Terhadap Perlindungan Hak Cipta Pada Subsektor Ekonomi Kreatif Mengenai Desain Fesyen Busana." UIN Raden Intan Lampung, 2018.
- Wegener, Charlotte. "Upcycling." In *Creativity – A New Vocabulary*, 181–88. Springer, 2016.
- Zotte, Jennifer Le. "27 The Cultural Economies of Secondhand Clothes." *The Routledge History of Fashion and Dress, 1800 to the Present*, 2023, 507.

### **Peraturan Perundang-Undangan**

- Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta  
Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis  
Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek

Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 12 Tahun 2021 tentang  
Perubahan atas Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 67  
Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek  
Peraturan Pemerintah No. 36 Tahun 2018 tentang Pencatatan Perjanjian Lisensi  
Kekayaan Intelektual