

## Perlindungan Desain Industri dan Merek dalam Fenomena Rework Fashion (Thriftling): Studi Yuridis Terhadap Modifikasi Pakaian Bekas Brand Internasional

Intan Nuraeni<sup>1</sup>, Zahra Davika Mulyani<sup>2</sup>, Diva Raya Naysila Nada<sup>3</sup>, Ikhwan Auris Fatahillah<sup>4</sup>

<sup>1</sup> Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia

Email: [intannnuraeniii708@gmail.com](mailto:intannnuraeniii708@gmail.com)

<sup>2</sup> Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia

Email: [zahradavikaa@gmail.com](mailto:zahradavikaa@gmail.com)

<sup>3</sup> Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia

Email: [divaryns21@gmail.com](mailto:divaryns21@gmail.com)

<sup>4</sup> Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia

Email: [ikhwanaf@uinsgd.ac.id](mailto:ikhwanaf@uinsgd.ac.id)

### Article history:

Received 1 April 2026

Revised 15 April 2026

Accepted 21 April 2026

Available online 9 Mei 2026

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perlindungan desain industri dan merek dalam fenomena rework fashion pada praktik modifikasi pakaian bekas bermerek internasional serta batas penerapan doktrin penyalpan hak. Metode penelitian yang digunakan adalah yuridis normatif dengan pendekatan peraturan perundang undangan dan konseptual, menggunakan data sekunder yang dikumpulkan melalui studi kepustakaan. Teknik analisis dilakukan secara kualitatif dengan metode deskriptif analitis untuk menafsirkan norma hukum dan mengkaji kesesuaiannya dengan praktik rework fashion. Hasil penelitian menunjukkan bahwa doktrin penyalpan hak tidak berlaku secara mutlak ketika terjadi modifikasi substansial terhadap barang, karena hak atas merek dan desain industri tetap melekat dan dapat dilanggar. Legalitas rework fashion ditentukan oleh sejauh mana perubahan mampu menghilangkan identitas asal produk serta tidak menimbulkan kebingungan konsumen. Penelitian ini menemukan adanya batas transformasi hukum yang menentukan perubahan status barang dari sekadar barang bekas menjadi produk baru, serta pentingnya pemutusan identitas sebagai syarat utama untuk menghindari pelanggaran. Dengan demikian, praktik rework fashion berada dalam wilayah yang rentan secara hukum dan memerlukan kejelasan batasan antara kreativitas dan perlindungan hak kekayaan intelektual.

**Kata Kunci:** rework fashion, penyalpan hak, desain industri, merek, kekayaan intelektual

### Abstract

This study aims to analyze the protection of industrial design and trademarks in the phenomenon of rework fashion involving the modification of secondhand international branded clothing, as well as the limits of the exhaustion of rights doctrine. The research employs a normative juridical method with statutory and conceptual approaches, using secondary data collected through library research. The analysis is conducted qualitatively using a descriptive analytical method to interpret legal norms and examine their application to rework fashion practices. The results show that the exhaustion of rights doctrine does not apply absolutely when substantial modification occurs, as trademark and industrial design rights remain attached and may be infringed. The legality of rework fashion depends on the extent to which modifications eliminate the original identity of the product and do not create consumer confusion. This study identifies a legal transformation threshold that determines the shift from secondhand goods to new products, as well as the importance of identity severance to avoid infringement. Therefore, rework fashion operates within a legally vulnerable area and requires clearer boundaries between creativity and intellectual property protection.

**Keywords:** rework fashion, exhaustion of rights, industrial design, trademark, intellectual property

## PENDAHULUAN

Perkembangan industri fashion global dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan pergeseran signifikan menuju praktik berkelanjutan (sustainability), salah satunya melalui maraknya fenomena thrifting dan rework fashion. Di Indonesia, tren ini tidak hanya menjadi bagian dari gaya hidup, tetapi

juga berkembang sebagai aktivitas ekonomi kreatif yang melibatkan pelaku UMKM dalam mengolah pakaian bekas bermerek internasional menjadi produk baru bernilai jual tinggi. Praktik ini pada satu sisi dipandang sebagai solusi atas permasalahan limbah tekstil dan overproduction industri fashion global, namun di sisi lain memunculkan problematika hukum, khususnya dalam rezim Hak Kekayaan Intelektual (HKI), terutama terkait perlindungan desain industri dan merek. Secara normatif, doktrin exhaustion of rights memberikan legitimasi atas penjualan kembali barang yang telah dibeli secara sah (Lindsey, 2002: 145). Akan tetapi, ketika barang tersebut mengalami modifikasi secara substansial dalam bentuk rework fashion, muncul pertanyaan yuridis mengenai batasan legalitas tindakan tersebut dalam perspektif hukum positif di Indonesia.

Semakin meningkatnya praktik rework fashion yang berpotensi menimbulkan konflik antara pelaku usaha kreatif dengan pemegang hak merek dan desain industri. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis serta Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2000 tentang Desain Industri memberikan perlindungan eksklusif terhadap hak immaterial yang melekat pada suatu produk. Namun, kedua regulasi tersebut belum secara eksplisit mengatur fenomena modifikasi barang bekas (rework), sehingga menimbulkan kekosongan norma (normative gap) dalam praktiknya. Dalam konteks ini, penggunaan kembali elemen desain atau merek tanpa izin berpotensi melanggar hak eksklusif pemegang hak, terutama apabila menimbulkan likelihood of confusion atau memanfaatkan reputasi merek untuk kepentingan komersial (Margono, 2012: 102). Oleh karena itu, diperlukan analisis yang komprehensif untuk menyeimbangkan antara perlindungan hukum terhadap pemegang hak dan ruang kreativitas bagi pelaku industri fashion berkelanjutan.

Tinjauan pustaka dalam penelitian ini merujuk pada berbagai literatur yang membahas doktrin exhaustion of rights, perlindungan desain industri, serta hukum merek. Lindsey (2002) menjelaskan bahwa doktrin penyalpan hak berfungsi untuk mencegah monopoli distribusi oleh pemegang hak setelah produk beredar di pasar. Sementara itu, Sudaryat (2010: 88) menegaskan bahwa pembeli memiliki hak untuk menjual kembali barang yang telah dibeli secara sah. Di sisi lain, Saidin (2015: 210) dan Djumhana & Djubaedillah (2014: 128) menekankan bahwa hak eksklusif atas desain industri tetap melekat selama masa perlindungan, sehingga penggunaan tanpa izin untuk tujuan komersial dapat dikategorikan sebagai pelanggaran. Adapun dalam konteks merek, Sutedi (2013: 154) dan Muhaimin (2020: 95) menggarisbawahi pentingnya fungsi merek sebagai penjamin kualitas dan identitas komersial yang tidak boleh disalahgunakan. Dengan demikian, terdapat ketegangan konseptual antara prinsip kebebasan peredaran barang dan perlindungan hak eksklusif yang menjadi fokus utama penelitian ini.

Berdasarkan permasalahan tersebut, rencana pemecahan masalah dalam penelitian ini dilakukan melalui pendekatan yuridis normatif dengan menganalisis peraturan perundang-undangan, doktrin hukum, serta praktik yang berkembang di masyarakat. Penelitian ini akan mengkaji batasan penerapan doktrin exhaustion of rights dalam konteks rework fashion, menganalisis potensi pelanggaran desain industri berdasarkan UU No. 31 Tahun 2000, serta mengevaluasi penggunaan merek dalam produk modifikasi berdasarkan UU No. 20 Tahun 2016. Selain itu, penelitian ini juga berupaya merumuskan parameter yang jelas mengenai batasan kreativitas yang legal dan ilegal dalam praktik rework fashion, termasuk pentingnya de-branding, transformasi desain secara substansial, dan penggunaan disclaimer sebagai bentuk mitigasi risiko hukum.

Tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan kejelasan hukum mengenai status legalitas rework fashion di Indonesia, serta memberikan pedoman praktis bagi pelaku industri kreatif agar dapat berinovasi tanpa melanggar ketentuan HKI. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memperkaya khazanah akademik dalam bidang hukum kekayaan intelektual, khususnya terkait fenomena baru yang belum banyak diatur secara eksplisit dalam peraturan perundang-undangan. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat tercipta keseimbangan antara perlindungan hak eksklusif pemegang merek dan desain industri dengan kepentingan publik dalam mendorong ekonomi kreatif berbasis keberlanjutan.

Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah bahwa doktrin exhaustion of rights tidak dapat diterapkan secara absolut dalam praktik rework fashion, terutama jika terjadi modifikasi yang mengubah identitas dan fungsi produk secara substansial serta tetap mempertahankan elemen merek yang dilindungi. Selain itu, penggunaan desain industri yang masih dalam masa perlindungan dan pemanfaatan merek tanpa izin dalam produk rework berpotensi dikategorikan sebagai pelanggaran hukum, baik secara perdata maupun pidana. Oleh karena itu, diperlukan batasan yang tegas dan interpretasi hukum yang progresif untuk mengakomodasi perkembangan industri kreatif tanpa mengabaikan perlindungan hak kekayaan intelektual.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif, yaitu metode penelitian hukum yang berfokus pada analisis norma-norma hukum positif, asas-asas hukum, serta doktrin yang berkembang dalam ilmu hukum. Pendekatan ini dipilih karena permasalahan yang dikaji berkaitan dengan kekosongan norma dan penafsiran hukum dalam fenomena rework fashion, khususnya terkait penerapan doktrin exhaustion of rights, perlindungan desain industri, dan hak atas merek dalam sistem hukum di Indonesia. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan pendekatan konseptual (conceptual approach) dan pendekatan perundang-undangan (statute approach) untuk memahami prinsip-prinsip hukum yang relevan serta ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dan Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2000 tentang Desain Industri.

Ruang lingkup atau objek meliputi analisis terhadap praktik rework fashion sebagai bentuk modifikasi pakaian bekas bermerek internasional serta implikasinya terhadap perlindungan hukum desain industri dan merek. Fokus kajian diarahkan pada batasan penerapan doktrin exhaustion of rights, potensi pelanggaran desain industri, serta penggunaan merek tanpa izin dalam produk hasil modifikasi yang diperjualbelikan secara komersial.

Definisi operasional dalam penelitian ini mencakup beberapa konsep kunci. Pertama, rework fashion didefinisikan sebagai aktivitas kreatif yang mengubah bentuk, fungsi, atau tampilan pakaian bekas menjadi produk baru. Kedua, exhaustion of rights dimaknai sebagai prinsip hukum yang menyatakan berakhirnya hak distribusi pemegang hak setelah penjualan pertama yang sah. Ketiga, pelanggaran desain industri merujuk pada penggunaan desain yang memiliki kemiripan substansial dengan desain terdaftar tanpa izin pemegang hak. Keempat, pelanggaran merek diartikan sebagai penggunaan merek yang sama atau memiliki persamaan pada pokoknya tanpa hak yang berpotensi menimbulkan kebingungan konsumen (likelihood of confusion).

Penelitian ini tidak terikat pada lokasi fisik tertentu karena bersifat normatif, namun pengumpulan data sekunder dilakukan melalui studi kepustakaan di berbagai sumber, seperti perpustakaan perguruan tinggi, jurnal ilmiah, serta database hukum yang relevan di Indonesia. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh peraturan perundang-undangan, literatur, dan doktrin hukum yang berkaitan dengan hak kekayaan intelektual, sedangkan sampel atau bahan hukum yang digunakan terdiri dari bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Bahan hukum primer meliputi peraturan perundang-undangan seperti UU No. 20 Tahun 2016 dan UU No. 31 Tahun 2000. Bahan hukum sekunder berupa buku, jurnal, dan hasil penelitian terdahulu, sedangkan bahan hukum tersier mencakup kamus hukum dan ensiklopedia.

Bahan dan alat utama dalam penelitian ini adalah dokumen hukum, literatur akademik, serta perangkat pendukung seperti komputer atau laptop dan akses internet untuk menelusuri sumber data. Penelitian ini tidak menggunakan alat laboratorium karena bersifat analisis normatif terhadap bahan hukum tertulis.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan (library research), yaitu dengan mengumpulkan, membaca, dan mengkaji berbagai sumber hukum yang relevan dengan topik penelitian. Selain itu, dilakukan pula penelusuran dokumen hukum dan putusan pengadilan (jika tersedia) yang berkaitan dengan kasus pelanggaran merek dan desain industri dalam praktik rework fashion.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif dengan metode deskriptif-analitis. Data yang telah dikumpulkan kemudian diolah dan dianalisis dengan cara menginterpretasikan norma hukum, membandingkan berbagai doktrin, serta menarik kesimpulan secara logis dan sistematis. Analisis dilakukan untuk menemukan batasan hukum yang jelas antara modifikasi yang legal dan ilegal dalam praktik rework fashion, serta untuk merumuskan solusi terhadap permasalahan hukum yang dihadapi oleh pelaku industri kreatif di bidang tersebut.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Penelitian ini menemukan bahwa persoalan utama dalam rework fashion bukan sekadar “boleh atau tidak boleh”, melainkan terletak pada momen transisi hukum ketika suatu barang berpindah dari rezim kepemilikan benda ke rezim eksploitasi hak kekayaan intelektual. Di Indonesia, doktrin *exhaustion of rights* selama ini dipahami berhenti pada hak distribusi. Namun, penelitian ini mengungkap lapisan yang jarang dibahas: hak distribusi memang habis, tetapi hak representasi (representational control) atas merek dan desain tidak pernah ikut habis. Artinya, yang sebenarnya dilindungi bukan lagi barangnya, melainkan persepsi publik terhadap asal-usul dan kualitas barang tersebut. Inilah titik krusial yang menjelaskan mengapa rework fashion menjadi problematik secara hukum.

Temuan adanya threshold transformasi hukum (legal transformation threshold), yaitu batas tidak tertulis kapan suatu produk rework berhenti menjadi barang bekas dan berubah menjadi produk baru secara hukum. Penelitian ini menunjukkan bahwa batas tersebut tidak ditentukan oleh seberapa besar perubahan fisik, melainkan oleh apakah identitas asal (origin identity) masih dapat dikenali oleh konsumen rata-rata. Dengan kata lain, ukuran utamanya bukan teknis desain, tetapi persepsi pasar. Ini menjawab kebingungan klasik: mengapa produk yang sudah dipotong, dijahit ulang, bahkan berubah fungsi tetap bisa dianggap melanggar? Karena selama identitas simbolik (logo, pola ikonik, ciri khas desain) masih terbaca, maka secara hukum produk itu belum lahir baru. Penelitian ini menemukan adanya fenomena yang dapat disebut sebagai parasitic authenticity dalam rework fashion. Produk rework tidak sekadar meniru, tetapi meminjam keaslian (authenticity) dari produk asli untuk membangun nilai baru. Ini berbeda dari pemalsuan (counterfeit). Dalam counterfeit, pelaku menciptakan barang palsu; dalam rework, pelaku menggunakan barang asli tetapi mengalihkan konteksnya. Namun justru di sinilah letak persoalannya: hukum HKI di Indonesia belum dirancang untuk menghadapi bentuk eksploitasi yang setengah asli seperti ini. Akibatnya, rework fashion berada di antara dua kutub: bukan pemalsuan, tetapi juga bukan sepenuhnya legal ini juga mengungkap bahwa dalam banyak kasus, pelanggaran bukan terjadi karena penggunaan desain atau merek semata, tetapi karena adanya distorsi fungsi merek (distortion of trademark function). Merek secara hukum berfungsi sebagai penjamin kualitas. Namun dalam rework fashion, fungsi ini mengalami pergeseran: merek tidak lagi menjamin kualitas produk asli, melainkan menjadi alat storytelling dan estetika baru. Misalnya, logo brand mewah yang ditempel pada tas hasil modifikasi tidak lagi menjamin kualitas produksi brand tersebut, tetapi tetap memicu ekspektasi konsumen. Distorsi inilah yang secara diam-diam menjadi dasar kuat pelanggaran, meskipun jarang dijelaskan secara eksplisit dalam praktik hukum.

Kebaruan lain yang dihasilkan penelitian ini adalah identifikasi zona toleransi hukum (zone of tolerated illegality) dalam praktik rework fashion. Secara normatif, banyak praktik rework sebenarnya

memenuhi unsur pelanggaran, namun secara empiris jarang ditindak. Hal ini bukan karena legal, melainkan karena adanya faktor pragmatis: skala UMKM, nilai ekonomi yang relatif kecil, serta belum adanya tekanan langsung dari pemegang merek global. Temuan ini penting karena menunjukkan bahwa ketiadaan penegakan hukum bukan berarti ketiadaan pelanggaran, melainkan hanya penundaan konflik hukum yang berpotensi muncul ketika pasar semakin besar. Yang paling menjawab rasa penasaran dari penelitian ini adalah temuan bahwa solusi hukum rework fashion tidak cukup dengan pendekatan hapus logo atau ubah desain. Penelitian ini menunjukkan adanya konsep yang lebih dalam, yaitu pemutusan rantai identitas (*identity severance*). Agar suatu produk benar-benar keluar dari potensi pelanggaran, tidak cukup hanya menghilangkan label secara fisik, tetapi juga harus menghilangkan asosiasi kognitif antara produk baru dengan brand lama. Ini berarti desain harus diubah sedemikian rupa hingga konsumen tidak lagi dapat mengaitkannya dengan sumber asalnya. Tanpa pemutusan ini, meskipun logo telah dihapus, potensi pelanggaran masih tetap ada jika ciri khas desain masih dikenali.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa konflik dalam rework fashion sebenarnya bukan konflik antara hukum dan kreativitas, melainkan konflik antara dua bentuk nilai ekonomi: nilai yang berasal dari kreativitas baru dan nilai yang diwarisi dari reputasi lama. Hukum HKI di Indonesia saat ini masih lebih berpihak pada perlindungan nilai lama (*existing goodwill*), sementara rework fashion berusaha menciptakan nilai baru dari sisa nilai tersebut. Ketegangan inilah yang menjelaskan mengapa rework fashion selalu berada dalam posisi rentan secara hukum, sekaligus tetap berkembang secara ekonomi.

Dengan demikian, kebaruan penelitian ini tidak hanya terletak pada kesimpulan normatif, tetapi pada cara melihat ulang struktur masalah: bahwa inti persoalan rework fashion bukan pada “barang bekasnya”, melainkan pada bagaimana identitas, persepsi, dan nilai ekonomi suatu merek tetap hidup bahkan setelah barangnya berpindah tangan dan berubah bentuk.

## **PEMBAHASAN**

### **A. DOKTRIN EXHAUSTION OF RIGHTS (PELENYAPAN HAK) DALAM PENJUALAN BARANG BEKAS DAN IMPLIKASINYA PADA REWORK FASHION**

Doktrin Exhaustion of Rights, yang secara internasional juga dikenal sebagai First Sale Doctrine, merupakan pilar fundamental dalam hukum Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) yang bertujuan untuk menyeimbangkan hak eksklusif pemegang hak dengan kepentingan publik dalam perdagangan bebas. Secara teoretis, prinsip ini menyatakan bahwa hak ekonomi seorang pemegang merek atau desain industri untuk mengontrol distribusi suatu barang akan lenyap atau habis setelah produk tersebut pertama kali dijual atau dialihkan secara sah di pasar oleh pemegang hak itu sendiri atau dengan persetujuannya (Lindsey, 2002: 145). Dalam konteks perdagangan pakaian bekas atau *thrifting* yang marak di Indonesia, doktrin ini menjadi landasan legalitas utama; pembeli yang telah membeli baju bermerek internasional secara sah memiliki hak penuh untuk menjual kembali barang tersebut sebagai barang bekas tanpa harus membayar royalti tambahan atau meminta izin kepada pemilik merek asal (Sudaryat, 2010: 88).

Namun, kompleksitas yuridis muncul ketika barang bekas tersebut tidak sekadar dijual kembali dalam kondisi apa adanya, melainkan melalui proses modifikasi atau yang kini populer dengan istilah rework fashion. Dalam fenomena ini, pelaku kreatif seringkali memotong, menjahit ulang, atau menggabungkan fragmen dari berbagai pakaian bermerek untuk menciptakan produk baru, seperti tas yang dibuat dari potongan celana jeans bermerek terkenal. Secara hukum, muncul perdebatan apakah doktrin pelepasan hak ini tetap berlaku ketika wujud fisik dan fungsi barang telah mengalami transformasi substansial. Beberapa pakar berpendapat bahwa pelepasan hak hanya berlaku sejauh integritas produk tetap terjaga dalam bentuk yang dilepaskan ke pasar oleh produsen asli (Saidin, 2015: 210). Jika modifikasi yang dilakukan mengakibatkan perubahan material yang dapat menyesatkan

konsumen mengenai kualitas atau asal-usul produk, maka pemegang merek asal dapat mengklaim adanya pelanggaran karena doktrin tersebut tidak mencakup hak untuk mengubah dan mendistribusikan ulang barang dalam bentuk yang berbeda (Gautama, 1993: 56).

Lebih lanjut, dalam perspektif hukum merek di Indonesia berdasarkan UU No. 20 Tahun 2016, salah satu fungsi merek adalah sebagai jaminan kualitas (*guarantee function*). Ketika seorang pelaku *rework* menjual pakaian modifikasi dengan tetap membiarkan label merek internasional menempel secara dominan, hal ini berpotensi menimbulkan *likelihood of confusion* atau keragu-raguan di benak konsumen. Konsumen mungkin secara keliru menganggap bahwa produk modifikasi tersebut merupakan hasil kolaborasi resmi atau lini produk edisi terbatas dari merek besar tersebut. Dalam kondisi ini, doktrin *Exhaustion of Rights* tidak dapat dijadikan tameng absolut karena penggunaan merek tersebut dianggap telah melampaui batas kewajaran dan mencederai reputasi merek asli (Margono, 2012: 102). Pemanfaatan nilai ekonomi dari reputasi merek orang lain tanpa izin untuk meningkatkan nilai jual produk modifikasi dapat dikategorikan sebagai tindakan *unjust enrichment* atau pengayaan diri secara tidak sah dalam ranah hukum komersial.

Oleh karena itu, bagi para pelaku industri kreatif, pemahaman mengenai limitasi doktrin penyalpan hak sangatlah krusial. Meskipun secara fisik mereka memiliki barang tersebut (hak milik secara perdata), hak intelektual yang melekat pada desain dan merek barang tersebut tidak sepenuhnya berpindah tangan. Modifikasi yang bersifat destruktif terhadap identitas merek asal dapat memicu bangkitnya kembali hak eksklusif pemilik merek untuk melarang peredaran barang tersebut. Diperlukan adanya batasan yang jelas, seperti kewajiban mencantumkan *disclaimer* yang tegas bahwa produk tersebut adalah hasil modifikasi pihak ketiga dan bukan produk resmi dari pemilik merek, guna memitigasi risiko pelanggaran hukum (Setiawan, 2011: 44).

## **B. ANALISIS PELANGGARAN DESAIN INDUSTRI PADA PRODUK REWORK FASHION BERDASARKAN UU NO. 31 TAHUN 2000**

Perlindungan Desain Industri di Indonesia diatur secara spesifik melalui UU No. 31 Tahun 2000, yang memberikan perlindungan terhadap aspek estetika suatu produk, baik dalam bentuk dua dimensi maupun tiga dimensi. Dalam dunia fashion, desain industri mencakup elemen-elemen seperti pola potongan pakaian, konfigurasi jahitan yang unik, hingga bentuk aksesoris yang memberikan kesan estetis (Roisah, 2015: 72). Fenomena *rework fashion* secara langsung bersinggungan dengan rezim hukum ini karena proses pembuatannya melibatkan penggunaan kembali elemen-elemen desain yang mungkin telah terdaftar sebagai milik pihak lain. Tantangan utamanya adalah menentukan apakah sebuah karya *rework* merupakan sebuah penciptaan baru yang orisinal atau sekadar pemanfaatan ilegal terhadap desain yang masih dalam masa perlindungan.

Berdasarkan Pasal 2 UU No. 31 Tahun 2000, hak desain industri hanya diberikan untuk desain yang “baru”, di mana kebaruan tersebut dinilai jika pada tanggal penerimaan pendaftaran, desain tersebut tidak sama dengan pengungkapan yang telah ada sebelumnya. Pelaku *rework* seringkali mengeksploitasi pola-pola ikonik dari brand mewah yang masa perlindungan desain industrinya mungkin masih berlaku (perlindungan maksimal adalah 10 tahun). Jika seorang kreator mengambil bagian dari desain baju yang terdaftar dan menjadikannya komponen utama dalam produk baru mereka, tindakan ini secara yuridis dapat dikategorikan sebagai pelanggaran hak eksklusif pemegang desain untuk membuat dan menjual produk yang menggunakan desain tersebut (Djumhana & Djubaedillah, 2014: 128). Hak eksklusif ini bersifat absolut, artinya penggunaan desain tanpa izin untuk tujuan komersial, meskipun dibalut dengan dalih kreativitas, tetap merupakan pelanggaran hukum jika kemiripan yang dihasilkan bersifat substansial.

Analisis mengenai kemiripan substansial (*substantial similarity*) menjadi titik krusial dalam pembuktian pelanggaran di pengadilan. Dalam hukum desain industri, pelanggaran terjadi apabila

desain yang digunakan oleh pihak lain memiliki kesan estetis yang secara keseluruhan sama atau tidak berbeda secara signifikan dari desain yang terdaftar. Dalam banyak kasus rework fashion, justru nilai jual utama terletak pada kemiripan tersebut; pembeli membeli produk rework karena masih mengenali elemen desain mewah dari merek asalnya. Pemanfaatan secara sengaja terhadap identitas visual desain milik orang lain untuk menarik minat pasar inilah yang menjadi dasar kuat adanya pelanggaran (Sutedi, 2013: 154). Pelaku usaha tidak bisa berdalih bahwa mereka menggunakan barang bekas, karena dalam hukum HAKI, fokusnya bukan pada status kepemilikan material barangnya, melainkan pada penggunaan tanpa izin atas hak immaterial (desain) yang terkandung di dalamnya.

Selain itu, perlu diperhatikan pula mengenai hak moral pencipta desain. Meskipun dalam UU Desain Industri penekanan utamanya adalah pada aspek ekonomi, modifikasi yang dilakukan secara sembarangan terhadap sebuah desain ikonik dapat dianggap merusak integritas karya pencipta aslinya. Di Indonesia, meskipun konsep fair use atau penggunaan yang wajar sering didiskusikan dalam ranah Hak Cipta, dalam rezim Desain Industri, aturannya jauh lebih kaku dan formalistik karena berbasis pada sistem pendaftaran (*first-to-file system*). Hal ini berarti bahwa selama suatu desain terdaftar dalam daftar umum desain industri, maka pemegang hak memiliki kontrol penuh untuk melarang modifikasi komersial oleh pihak ketiga (Muhaimin, 2020: 95). Oleh karena itu, para penggiat rework fashion harus sangat berhati-hati dalam memilih material; disarankan untuk menggunakan bahan yang sudah menjadi public domain atau melakukan transformasi yang sangat radikal sehingga kesan estetis aslinya benar-benar hilang dan berganti dengan kesan estetis yang baru secara total.

Secara keseluruhan, analisis terhadap UU No. 31 Tahun 2000 menunjukkan bahwa industri rework fashion berada pada posisi yang rentan secara hukum. Ketidakmampuan membedakan antara apresiasi seni dengan eksploitasi ekonomi atas hak milik intelektual orang lain dapat berujung pada konsekuensi pidana maupun perdata. Penegakan hukum di Indonesia memang belum masif menyasar UMKM kreatif ini, namun dengan semakin tingginya kesadaran brand internasional terhadap pasar Indonesia, potensi sengketa hukum di masa depan sangat mungkin terjadi (Setiawan, 2011: 44). Diperlukan edukasi hukum yang lebih luas bagi pelaku usaha agar mereka tetap dapat berkarya dalam koridor hukum yang berlaku di Indonesia.

### **C. PERSINGGUNGAN DENGAN HAK ATAS MEREK**

Dalam fenomena rework fashion, persinggungan dengan hak atas merek muncul ketika kreator mempertahankan atau tetap menampilkan logo, label, atau elemen visual brand internasional pada produk pakaian bekas yang telah dimodifikasi. Meskipun produk asli telah dijual secara sah dan doktrin *exhaustion of rights* (pelenyapan hak) telah berlaku, penggunaan merek tersebut pada barang hasil modifikasi yang dijual kembali dapat menimbulkan isu hukum baru. Hal ini karena merek tidak hanya berfungsi sebagai penanda asal barang, melainkan juga sebagai pembeda dan pembangun reputasi komersial. Penggunaan logo brand tanpa izin pada produk rework berpotensi dianggap sebagai pemanfaatan tanpa hak atas reputasi merek tersebut untuk keuntungan ekonomi kreator rework.

Isu utama yang timbul adalah potensi terjadinya *kesesatan konsumen* atau *likelihood of confusion*, yaitu kemungkinan konsumen mengira bahwa produk rework merupakan kolaborasi resmi, edisi khusus, atau bahkan barang asli dari pemegang merek brand internasional. Konsumen yang melihat logo terkenal seperti Nike, Levi's, atau Gucci pada jaket atau tas hasil modifikasi (misalnya penggabungan dua item berbeda menjadi satu) cenderung mengasosiasikan kualitas, status, dan nilai premium brand tersebut dengan produk rework. Doktrin *likelihood of confusion* yang diadaptasi dalam hukum merek Indonesia menjadi instrumen kunci untuk menilai apakah kemiripan tersebut menimbulkan kebingungan di kalangan konsumen rata-rata. Menurut analisis yuridis, adaptasi doktrin ini dalam UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU Merek) masih bersifat parsial, sehingga menimbulkan ketidakpastian hukum dalam penerapannya.

Pasal 100 UU Merek secara tegas mengatur sanksi pidana atas pelanggaran penggunaan merek. Ayat (1) dan (2) menyatakan bahwa setiap orang yang tanpa hak menggunakan merek yang sama pada keseluruhannya atau mempunyai persamaan pada pokoknya dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 tahun (untuk kesamaan keseluruhan) atau 4 tahun (untuk persamaan pada pokoknya) dan/atau denda paling banyak Rp2 miliar. Penjelasan Pasal 21 ayat (1) mendefinisikan “persamaan pada pokoknya” sebagai kemiripan yang disebabkan oleh unsur dominan dalam bentuk, cara penulisan, kombinasi unsur, atau pelafalan, sehingga menimbulkan kesan persamaan secara keseluruhan. Dalam konteks rework fashion, jika logo brand internasional tetap menonjol dan tidak dihilangkan (de-branding), maka modifikasi tersebut dapat memenuhi unsur persamaan pada pokoknya karena elemen visual dominan merek masih digunakan untuk meningkatkan daya jual.

Penerapan Pasal 100 UU Merek terhadap produk rework menunjukkan bahwa meskipun barang bekas telah “habis” hak ekonominya berdasarkan *first sale doctrine*, penggunaan merek pada produk modifikasi yang dijual secara komersial tetap dapat dikategorikan sebagai pelanggaran jika menimbulkan *commercial advantage* bagi pelaku rework. Penelitian tentang rebranding tanpa izin (yang memiliki kesamaan konsep dengan rework) menyimpulkan bahwa tindakan semacam itu melanggar hak merek dan desain industri karena memanfaatkan reputasi brand tanpa izin, sehingga merugikan pemegang hak sekaligus menyesatkan konsumen. Oleh karena itu, mempertahankan label brand secara menonjol pada hasil modifikasi berisiko tinggi dikategorikan sebagai penggunaan merek tanpa hak yang memenuhi unsur Pasal 100.

#### **D. BATASAN KREATIVITAS: MODIFIKASI YANG LEGAL VS ILEGAL**

Fenomena rework fashion menciptakan ketegangan inheren antara dorongan kreativitas pelaku UMKM dalam upcycling pakaian bekas dengan perlindungan hak kekayaan intelektual (HAKI), khususnya desain industri dan merek. Kreativitas modifikasi tidak mutlak bebas; ia dibatasi oleh prinsip kebaruan (*novelty*) dalam Undang-Undang No. 31 Tahun 2000 tentang Desain Industri dan ketentuan persamaan pada pokoknya dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek. Batasan ini diperlukan agar modifikasi tidak hanya menjadi bentuk peniruan yang merugikan pemegang hak asli, melainkan benar-benar menghasilkan nilai tambah kreatif yang berkelanjutan. Tanpa pemahaman yang jelas terhadap parameter legal versus ilegal, pelaku rework berisiko terjerat sanksi perdata maupun pidana meskipun produk asli telah memasuki pasar melalui doktrin *exhaustion of rights*.

Modifikasi dikategorikan legal apabila kreator melakukan de-branding, yaitu menghilangkan seluruh label, logo, atau elemen visual brand internasional yang masih menempel pada pakaian bekas. Tindakan ini menghilangkan potensi kesesatan konsumen dan menghindari pemanfaatan reputasi merek orang lain untuk keuntungan komersial. Selain itu, perubahan bentuk harus bersifat total atau mengalami *major change* sehingga menghasilkan karya baru yang memenuhi syarat kebaruan sebagaimana diatur dalam Pasal 2 UU Desain Industri. Modifikasi yang hanya bersifat minor (penambahan atau pengurangan sedikit fitur) tidak dapat diklaim sebagai desain industri baru dan justru berpotensi dianggap sebagai peniruan.

Praktik memberikan disclaimer yang jelas dan transparan pada produk rework juga menjadi parameter penting legalitas. Kreator wajib mencantumkan keterangan bahwa produk tersebut merupakan hasil modifikasi dari barang bekas (bukan produk resmi brand) melalui label, kemasan, atau deskripsi penjualan di platform daring. Disclaimer ini memperkuat itikad baik dan mengurangi risiko *likelihood of confusion*. Dalam konteks hukum Indonesia, pendekatan ini sejalan dengan semangat perlindungan konsumen sekaligus memberikan ruang bagi kreativitas UMKM tanpa melanggar hak eksklusif pemegang merek atau desain asli.

Sebaliknya, modifikasi dikategorikan ilegal ketika kreator tetap mempertahankan logo atau label brand secara menonjol untuk meningkatkan nilai jual tanpa izin pemegang hak. Tindakan semacam ini merupakan bentuk rebranding tanpa izin yang secara langsung memanfaatkan reputasi dan *commercial advantage* merek internasional. Penelitian yuridis menunjukkan bahwa praktik rebranding tanpa izin melanggar hak merek (Pasal 100 UU Merek) sekaligus hak desain industri karena masih memanfaatkan estetika asli yang masih dalam masa perlindungan 10 tahun. Akibatnya, produk rework dapat dikualifikasikan sebagai pelanggaran meskipun barang asli telah dibeli secara sah.

Analisis lebih lanjut menunjukkan bahwa batasan kreativitas ini bersifat kasuistik dan bergantung pada tingkat transformasi. Jika modifikasi hanya menggabungkan dua item brand berbeda tanpa menghilangkan elemen dominan (misalnya logo Nike yang tetap terpampang pada tas hasil rework sepatu), maka kemungkinan besar memenuhi unsur persamaan pada pokoknya dan menimbulkan kesesatan konsumen. Sebaliknya, apabila seluruh identitas visual dihilangkan dan desain diubah secara radikal menjadi produk fungsional baru, maka kreator berpotensi bahkan mendaftarkan desain industrinya sendiri sebagai karya orisinal. Parameter ini memberikan pedoman praktis bagi pelaku rework fashion agar tetap berada dalam koridor hukum.

Dalam praktiknya, pelaku UMKM rework sering kali mengabaikan batasan ini karena kurangnya sosialisasi dan pemahaman hukum. Padahal, keseimbangan antara kebebasan berkreasi dengan perlindungan HAKI menjadi kunci keberlanjutan industri kreatif berbasis sustainability. Tanpa regulasi yang lebih rinci atau pedoman khusus dari pemerintah, praktik rework fashion berisiko menjadi “zona abu-abu” yang merugikan baik pemegang merek internasional maupun kreator lokal sendiri. Oleh karena itu, pendekatan edukasi dan pembuatan panduan teknis mengenai de-branding serta kriteria *major change* sangat diperlukan.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa doktrin *exhaustion of rights* dalam hukum Hak Kekayaan Intelektual di Indonesia tidak dapat diterapkan secara absolut dalam fenomena rework fashion. Doktrin tersebut hanya mengakhiri hak distribusi atas barang setelah penjualan pertama yang sah, namun tidak menghapus hak eksklusif atas merek dan desain industri yang melekat pada produk. Ketika terjadi modifikasi substansial terhadap barang bekas, terutama yang masih mempertahankan identitas merek atau elemen desain yang dilindungi, maka produk tersebut secara hukum tidak lagi berada dalam lingkup perlindungan doktrin tersebut dan berpotensi menimbulkan pelanggaran. Penelitian ini menemukan bahwa batas legalitas rework fashion tidak ditentukan semata oleh perubahan fisik, melainkan oleh sejauh mana identitas asal produk masih dapat dikenali oleh konsumen. Selama elemen simbolik seperti logo, pola khas, atau ciri desain masih memunculkan asosiasi terhadap merek tertentu, maka potensi pelanggaran tetap ada, baik dalam perspektif desain industri maupun merek. Selain itu, penggunaan atribut merek dalam produk hasil modifikasi berpotensi menimbulkan *likelihood of confusion* serta distorsi fungsi merek sebagai penjamin kualitas, sehingga dapat dikualifikasikan sebagai pelanggaran hukum.

Adapun kontribusi utama penelitian ini adalah perumusan konsep batas transformasi hukum (legal transformation threshold) dan pemutusan identitas (identity severance) sebagai parameter baru dalam menilai legalitas rework fashion. Suatu produk hasil modifikasi hanya dapat dianggap legal apabila telah melampaui batas transformasi tersebut, yaitu dengan menghilangkan keterkaitan identitas dengan produk asal baik secara visual maupun perseptual. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan adanya zona abu-abu dalam praktik rework fashion akibat kekosongan norma dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku. Sebagai implikasi praktis, penelitian ini memberikan saran bahwa pelaku industri kreatif perlu menerapkan prinsip kehati-hatian melalui de-branding total, transformasi

desain yang radikal, serta transparansi informasi kepada konsumen guna meminimalkan risiko pelanggaran. Sementara itu, bagi pembentuk kebijakan, diperlukan penyusunan regulasi atau pedoman khusus yang secara eksplisit mengatur praktik rework fashion agar tercipta kepastian hukum dan keseimbangan antara perlindungan hak kekayaan intelektual dengan pengembangan ekonomi kreatif berbasis keberlanjutan. Secara akademik, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan ilmu hukum kekayaan intelektual dengan menawarkan perspektif baru bahwa perlindungan hukum tidak hanya berfokus pada objek fisik atau hak formal, tetapi juga pada dimensi identitas dan persepsi yang melekat pada suatu produk. Dengan demikian, penelitian ini membuka ruang bagi pengembangan kajian lebih lanjut mengenai adaptasi hukum terhadap praktik ekonomi kreatif kontemporer.

## SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa saran yang dapat diajukan baik secara praktis maupun akademis.

1. Bagi pelaku industri rework fashion di Indonesia, disarankan untuk tidak hanya berfokus pada kreativitas desain, tetapi juga memahami batasan hukum yang melekat pada penggunaan merek dan desain industri. Praktik modifikasi sebaiknya dilakukan dengan prinsip *identity severance*, yaitu memutus keterkaitan identitas dengan produk asal, tidak sekadar menghilangkan label secara fisik tetapi juga menghindari penggunaan elemen visual yang masih dapat dikenali sebagai ciri khas merek tertentu. Selain itu, transparansi kepada konsumen melalui *disclaimer* yang jelas perlu dijadikan standar etik dan hukum dalam pemasaran produk rework.
2. Bagi pemerintah dan pembentuk undang-undang, diperlukan langkah konkret untuk mengisi kekosongan norma terkait fenomena rework fashion. Regulasi yang ada saat ini belum secara spesifik mengatur batasan modifikasi barang bekas dalam konteks komersial, sehingga diperlukan pedoman teknis atau peraturan turunan yang memberikan kejelasan mengenai parameter legalitas, seperti tingkat transformasi desain dan penggunaan merek. Penyusunan regulasi ini penting untuk menciptakan kepastian hukum sekaligus mendukung perkembangan industri kreatif berbasis keberlanjutan.
3. Bagi aparat penegak hukum, disarankan untuk mengembangkan pendekatan interpretasi yang lebih kontekstual terhadap kasus rework fashion. Penegakan hukum tidak hanya berorientasi pada pelanggaran formal, tetapi juga mempertimbangkan aspek niat, skala usaha, serta dampak ekonomi dan sosial. Dengan demikian, hukum dapat berfungsi secara proporsional tanpa mematikan kreativitas pelaku UMKM, namun tetap melindungi hak pemegang merek dan desain industri.

Secara akademis, penelitian ini membuka peluang untuk kajian lanjutan yang lebih empiris, khususnya terkait persepsi konsumen terhadap produk rework fashion dan sejauh mana *likelihood of confusion* benar-benar terjadi di pasar. Selain itu, diperlukan penelitian komparatif dengan negara lain yang telah lebih dahulu mengatur praktik serupa, guna memperkaya pengembangan hukum kekayaan intelektual di Indonesia agar lebih adaptif terhadap dinamika ekonomi kreatif global.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ashiddiq, Mikhail Muhammad, Muhamad Amirulloh, dan Helitha Novianty Muchtar. "Perlindungan Desain Industri Terhadap Praktik Peniruan Desain Berdasarkan Kualifikasi Kebaruan Desain Industri." *PALAR (Pakuan Law Review)* 7, no. 2 (Juli–Desember 2021): 89–108.
- Djumhana, Muhamad & R. Djubaedillah. (2014). *Hak Kekayaan Intelektual: Sejarah, Teori dan Praktiknya di Indonesia*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Djumhana, Muhammad, dan R. Djubaedillah. 2014. *Hak Milik Intelektual: Sejarah, Teori, dan Praktiknya di Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

- Gautama, Sudargo. (1993). *Hukum Merek Indonesia*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Lindsey, Tim, dkk. (2002). *Hak Kekayaan Intelektual: Suatu Pengantar*. Bandung: Alumni.
- Lindsey, Tim. 2002. *Intellectual Property in Southeast Asia*. London: Sweet & Maxwell.
- Margono, Suyud. (2012). *Komersialisasi Aset Intelektual: Aspek Hukum Bisnis*. Jakarta: Nuansa Aulia.
- Margono, Suyud. 2012. *Hukum Merek di Indonesia*. Jakarta: Kencana.
- Muhaimin. 2020. *Metode Penelitian Hukum*. Mataram: Mataram University Press.
- Republik Indonesia. (2000). Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2000 tentang Desain Industri.
- Republik Indonesia. (2016). Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.
- Saidin, OK. (2015). *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Saidin, OK. 2015. *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Serlina, Annisa, dan Mahlil Adriaman. “Perlindungan Hukum Merek dan Desain Industri Terhadap Rebranding Tanpa Izin.” *Sakato Law Journal 2*, no. 2 (Juli 2024): 75–83.
- Setiawan, Iwan. (2011). *Eksistensi Doktrin Pelanggaran Hak Kekayaan Intelektual dalam Sistem Hukum Nasional*. Bandung: Mandar Maju.
- Sudaryat. 2010. *Hak Kekayaan Intelektual: Memahami Prinsip Dasar*. Bandung: Refika Aditama.
- Sutedi, Adrian. (2013). *Hak Atas Kekayaan Intelektual*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Sutedi, Adrian. 2013. *Hak Atas Kekayaan Intelektual*. Jakarta: Sinar Grafika
- Utami, Marchelina Ramadhanty Wahyu, dan Siti Hapsah Isfardiyana. “Pelanggaran Hak Merek Yang Memiliki Persamaan Pada Pokoknya (Studi Kasus Sengketa Merek ‘GOTO’ antara Gojek dan Tokopedia Dengan PT Terbit Financial Technology).” *Prosiding Seminar Hukum Aktual: Problematika Kemudahan Proyek Strategi Nasional: Konflik Norma dan Tantangan Kesejahteraan* 1, no. 2 (2023): 19–29.