

ANALISIS KASUS PLAGIARISME MEREK DAGANG ANTARA I AM GEPREK BENSU DAN GEPREK BENSU

Tasya Takhayaza Yudistia ¹⁾, Mahimma Romadhona ²⁾

¹⁾Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
tasyatakhayazayudistia@gmail.com

²⁾ Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
mahimma.dkv@upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Kasus Plagiarisme yang terjadi di Indonesia semakin banyak, salah satunya permasalahan sengketa merek antara ayam geprek benu dan I Am geprek benu yang diperbincangkan oleh masyarakat. Oleh karena itu penulis ingin mengkaji lebih lanjut tentang kasus plagiarisme ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui jawaban dari pendapat tentang kasus plagiarisme *brand* antara i am geprek benu dan geprek benu. Analisis ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan kategori studi kasus. Metode pengumpulan data menggunakan studi pustaka, pengumpulan data dilakukan dengan pencaharian dari berbagai sumber yang sudah divalidasi. Hasil penelitian kasus antara i am geprek benu dan geprek benu menunjukkan bahwa plagiarisme yang ada dari merek dagang dan logo termasuk plagiarisme ide, tipe plagiarisme total dengan jumlah 80%, plagiarisme yang dilakukan disengaja, dan pola yang digunakan adalah pola mosaik.

Kata Kunci : *Plagiarisme, Merk Dagang, Bisnis Kuliner.*

ABSTRACT

Cases of plagiarism that occur in Indonesia are increasing, one of which is the issue of brand disputes between ayam geprek benu and I Am geprek benu which are discussed by the public. Therefore, the author wants to study more about this plagiarism case. This study aims to find out the answers to opinions about cases of brand plagiarism between i am geprek benu and geprek benu. This analysis uses a descriptive research method with a case study category. Methods of data collection using literature study, data collection is done by searching from various sources that have been validated. The results of the case study between i am geprek benu and geprek benu show that the existing plagiarism of trademarks and logos includes idea plagiarism, the type of plagiarism totals 80%, the plagiarism is intentional, and the pattern used is a mosaic pattern.

Keywords : *Plagiarism, Trademarks, Culinary Business.*

PENDAHULUAN

Bisnis online bidang kuliner memiliki peluang sukses karena makanan menjadi kebutuhan primer manusia sehingga selama manusia masih membutuhkan makanan untuk bertahan hidup, bisnis kuliner tidak akan pernah mati (Luthfa, 2022). bisnis makanan dan minuman merupakan kategori bisnis paling populer di masyarakat, terlebih di tengah kalangan wirausahawan muda. Mulai dari bisnis dengan model waralaba, kemitraan, ataupun inovasi makanan dan minuman kekinian (MediaIndonesia.com, 2021).

Desainer komunikasi visual, sebelum membuat karya harus melakukan berbagai kajian dengan pendekatan lintas ilmu, mencari data verbal dan visual, menyusun target audiens agar tepat sasaran. Menciptakan ide kreatif untuk membuat visual yang membawa pesan kepada audiens yang fungsional, persuasive, estetis, dan komunikatif. Hal itu dilakukan untuk menghasilkan karya desain grafis yang sesuai dengan tujuan diciptakannya karya desain grafis tersebut. Disamping itu, perkembangan teknologi khususnya internet memicu para desainer grafis lebih aktif berkarya dan menyebarkan karya nya lewat sosial media dan media lainnya, namun akibat

dari itu plagiarisme juga sangat marak karena mudahnya akses dalam melihat karya orang lain lewat internet. Tidak hanya terbatas pada bahan tulisan. Selain bekerja di dunia hiburan, sebagian selebritas juga menggeluti dunia bisnis. Dari banyaknya pilihan bisnis, mereka yang memutuskan untuk merintis bisnis kuliner hingga fashion dan mempunyai brand sendiri (merdeka.com, 2021). Agar bisnis memiliki merek dan mempunyai hak merek dagang mendaftarkan ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Indonesia atau Dirjen KI karena hak merek adalah perlindungan bagi pemilik merek yang terdaftar di Ditjen Kekayaan Intelektual (DJKI). Dengan memilikinya pemilik bisa memakai merek dagang/bisnis secara eksklusif. Merek tersebut dapat berupa tampilan grafis bisa dalam bentuk gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna dalam bentuk dua dimensi atau tiga dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari dua atau lebih unsur tersebut (Adiastuti, 2022). Dengan adanya prinsip *first to file* ini, dapat melindungi pemilik merek dari pihak-pihak lain yang ingin menggunakan merek serupa (Smartlegal.id, 2021).

Perselisihan merek dagang (produk) semakin marak, terbukti tidak sedikit pemilik merek mengajukan gugatan pembatalan di Pengadilan Niaga. masih ada sejumlah kasus tentang merek yang terjadi di Indonesia. Bahkan tidak sedikit di antaranya yang berkaitan dengan merek dagang internasional milik perusahaan di luar negeri (Kompas.com, 2020). Merek sebuah identitas yang membedakan satu produk dengan produk yang lain. Karenanya, dalam dunia bisnis, merek merupakan hal yang penting. Melihat kesuksesan merek-merek yang telah populer, tidak heran apabila banyak nama produk yang terlihat mirip dengan merek-merek terkenal. Kemiripan tersebut tentu bukanlah ketidaksengajaan, melainkan bentuk strategi agar produk juga mudah dikenal. Tidak hanya sekedar namanya yang mirip, merek-merek yang namanya mirip dengan merek terkenal itu memiliki identitas lain seperti bentuk logo yang juga mirip (Brilio.net, 2019).

Plagiarisme merupakan salah satu scientific misconduct yang bersifat universal dan bersifat serius. Banyak definisi yang diajukan tentang plagiarisme ini. Definisi ringkas yang mewakili konsepnya adalah: tindakan menyerahkan atau menyajikan ide atau kata-kata orang lain tanpa menyebutkan sumbernya (Sudigdo, 2007) Tak adanya batasan dan kriteria seseorang menjiplak sebuah karya. membuat orang akhirnya menggunakan hal tersebut sebagai 'pembenaran' untuk meniru, menjiplak dengan embel-embel terinspirasi (cnnindonesia.com, 2021). Desainer komunikasi visual, sebelum membuat karya harus melakukan berbagai kajian dengan pendekatan lintas ilmu, mencari data verbal dan visual, menyusun target audiens agar tepat sasaran. Menciptakan ide kreatif untuk membuat visual yang membawa pesan kepada audiens yang fungsional, persuasive, estetis, dan komunikatif. Hal itu dilakukan untuk menghasilkan karya desain grafis yang sesuai dengan tujuan diciptakannya karya desain grafis tersebut. Disamping itu, perkembangan teknologi khususnya internet memicu para desainer grafis lebih aktif berkarya dan menyebarkan karya nya lewat sosial media dan media lainnya, namun akibat dari itu plagiarisme juga sangat marak karena mudahnya akses dalam melihat karya orang lain lewat internet. Tidak hanya terbatas pada bahan tulisan. (Royhan dkk, 2021)

Persaingan bisnis mengacu pada persaingan antara perusahaan yang menyediakan produk atau layanan serupa atau perusahaan yang menargetkan konsumen yang sama (Qiscus2, 2022). Menurut Mark Twain, ide baru itu tidak ada dan tidak mungkin. Seseorang hanya akan mengambil dari sekian banyaknya ide lama dan membuat kombinasi baru dan aneh. Dengan itu, kita tanpa sadar terinspirasi oleh sesuatu saat berkarya dan apa yang kita hasilkan tidak 100% merupakan pemikiran kita sendiri. Akan tetapi, setiap hal memiliki batasnya, hal yang sama berlaku untuk plagiarisme (teman startup 8 oktober 2021).

Teori

Plagiarisme

Belinda dalam Soelistyo (2011) menulis, bahwa plagiarisme diartikan sebagai penjiplakan ide, gagasan atau karya orang lain untuk diakui sebagai karyanya sendiri atau menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumbernya sehingga menimbulkan asumsi yang salah atau keliru mengenai asal muasal dari suatu ide, gagasan atau karya. Soelistyo (2011) sendiri

berpendapat bahwa plagiarisme dapat dibedakan dalam empat tipe, yaitu :

1. Plagiarisme ide
2. Plagiarisme kata-demi kata
3. Plagiarisme atas sumber, dan
4. Plagiarisme kepengarangan.

Soelistyo di dalam bukunya menyampaikan bahwa plagiarisme atau plagiat dapat diklasifikasikan dalam beberapa tipe, yaitu (Budi 2011):

1. Plagiat Ringan, jumlah plagiat kurang dari 30%.
2. Plagiat Sedang, jumlah plagiat 30%-70%.
3. Plagiat Total, jumlah plagiat lebih dari 70%.

Klasifikasi berdasarkan sengaja atau tidaknya plagiarisme:

1. Plagiarisme yang disengaja
2. Plagiarisme yang tidak disengaja

Berdasarkan pada pola plagiarisme:

1. Plagiarisme kata demi kata (word for word plagiarizing)
2. Plagiarisme mosaik Selain itu masih dikenal pula istilah autoplagiarism atau self-plagiarism (vide infra).Maka dapat disimpulkan bahwa plagiarisme atau sering disebut plagiat adalah tindakan meniru karya orang lain seolah-olah merupakan karyanya sendiri, karya yang dimaksud termasuk dalam bidang desain grafis. (Tiyas Dkk, 2018)

Desain

Desain Dalam membuat suatu desain, maka seorang desainer perlu memperhatikan unsur-unsur desain di dalamnya. Said mengungkapkan bahwa unsur-unsur desain, yaitu (Said, 2006):

1. Titik Titik sebagai menandai sebuah tempat. Titik tidak memiliki panjang dan lebar, merupakan pangkal dan ujung sepotong garis, dan merupakan perpotongan atau pertemuan antara dua garis.
2. Garis Garis adalah titik-titik yang saling bersambung satu dengan lainnya. Garis yang merupakan deretan-deretan titik tersebut memiliki sifat konsep. Garis merupakan bagian luar dan batas sebuah bidang, tempat dua bidang bersambungan, juga tempat dua bidang berpotongan.
3. Bidang Bidang merupakan suatu jalur yang dilalui oleh sepotong garis, yang bergerak membentuk sebuah bidang yang dibatasi garis. Bidang adalah batas paling luar dari sebuah benda.
4. Bentuk Bentuk merupakan semua unsur rupa yang tersusun. Hal inilah yang menjadi perhatian utama kita dalam mempelajari bahasa. Bentuk yang dimaksudkan disini bukanlah raut yang polos, melainkan raut yang memiliki ukuran, warna, dan barik tertentu.

Logo

Logo dapat memberikan arti tertentu dan menandakan asal, kepemilikan, atau asosiasi. Logo dapat berupa (Sari 2017):

1. Nama korporasi atau tanda dagang (tanda berupa kata dengan hanya teks) yang ditulis dalam bentuk yang khusus.
2. Rancangan abstrak yang secara lengkap tidak berhubungan dengan tanda kata, nama perusahaan, atau aktivitas perusahaan (non-word mark logos ini disebut juga simbol).

Dalam proses pembuatan suatu logo perlu terdapat tiga elemen penting yang harus diperhatikan, yaitu (Iskandar 2007):

1. Nama, kaitannya dengan kata atau bunyi.
2. Simbol, kaitannya dengan bentuk tampilan visual.
3. Warna, harus memiliki daya tarik, makna simbolik, dan juga berpengaruh pada sisi psikologis.

Oleh sebab itu, yang penting untuk identifikasi brand atau perusahaan, adalah desain yang menarik karena ia menggunakan tipografi, ilustrasi, dan layout untuk menghasilkan gambar yang unik, berbeda serta mudah diingat yang bagi mengidentifikasi brand (Moriarty, Mitchell, and Wells 2011).

METODE PENELITIAN

Penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif karena penelitian ini mempunyai tujuan untuk memperoleh jawaban yang terkait dengan pendapat, tanggapan atau persepsi seseorang sehingga pembahasannya harus secara kualitatif atau menggunakan uraian kata-kata. “Penelitian ini Menurut Nasir di dalam buku Pendekatan Penelitian Deskripsi Kualitatif adalah suatu metode dalam penelitian status sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang” (Rukajat, 2018). Penelitian deskriptif mengenal berbagai bentuk yang dapat dikategorikan seperti survei, studi kasus, kajian, kausal-komparatif, kajian korelasi, dan sebagainya. Setiap bentuk penelitian deskriptif mempunyai fungsi dan tujuan yang berbeda, “studi kasus” ini termasuk dalam kategori penelitian deskriptif. “Studi kasus” merupakan kajian yang mendalam tentang peristiwa, lingkungan, dan situasi tertentu yang memungkinkan mengungkapkan atau memahami sesuatu hal. Maka dari itu penulis menggunakan bentuk penelitian “studi kasus” karena mengangkat kasus plagiarisme yang terjadi antara brand I am Geprek Bensu dan Geprek Bensu.

HASIL PEMBAHASAN

PT Ayam Geprek Benny Sujono adalah pemilik dan pengelola bisnis makanan merek “I AM GEPREK BENSU” yang mulai dibuka pada tanggal 17 April 2017 di Jalan Pademangan I Gang 5 Nomor 2 A tanggal 17 April 2017. Mereka telah mendaftarkan Merek “I Am Geprek Bensu Sedep Beneerrr”, dan telah mendapatkan Sertifikat Merek. Adapun tanggal permohonannya yaitu 03 Mei 2017, dan waktu perlindungan sampai dengan tanggal 03 Mei 2027 sedangkan Ruben Onsu mendaftarkan merek “Geprek Bensu”nya pada tanggal 7 Juni 2018 serta mendapatkan perlindungan sampai dengan tanggal 3 September 2025. Sesuai dengan pasal 1 angka 5 UU MIG dimana hak atas merek diberikan oleh negara kepada pemilik Merek yang terdaftar, 179 lalu juga pada pasal 21 ayat 2 huruf a UU MIG dimana permohonan pendaftaran ditolak jika ada kesamaan sebagian atau keseluruhan dengan pihak lain yang telah mendaftar terlebih dahulu, 180 maka PT Ayam Geprek Benny Sujono berhak menggunakan dan sebagai pemegang hak eksklusif atas merek “I Am Geprek Bensu Sedep Beneerrr”.

Analisis Plagiarisme Logo dan merek dagang Geprek Bensu dan I Am Geprek Bensu

Mari bandingkan Logo Merek dari “Geprek Bensu” dengan “I Am Geprek Bensu Kedua logo jika dilihat secara teliti mempunyai banyak kesamaan.



Gambar 1 Perbandingan Logo (Sumber : Internet)

Mulai dari warna logo di mana warna yang cenderung ke orange dan bercampur dengan warna merah menyala, di sebelah kiri logo geprek bensu yang dimiliki ruben onsu ini menggradasi warna api sedangkan gambar yang ada disebelah kanan logo I Am geprek bensu jika di lihat dari warna apinya hanya memakai 1 warna saja. Selanjutnya bentuk api yang hampir mirip hanya perbedaan dari bagian kobaran api kemudian dilihat dari warna cukup beda dan juga logo I am geprek besnu memakai bulatan di bagian depan api sedangkan Geprek bensu tidak. Lalu lihat bentuk ayamnya dimana sangat mirip sekali, yang menjadi pembedanya hanya pada *gesture* ayamnya, dimana “Geprek Bensu” dengan kedua tangan ayamnya di pinggang, sedangkan “I Am Geprek Bensu” salah satu tangannya memberi hormat. Dilihat dari warna ayam yang sama dengan pita di lengan. Dari tipografi font juga terlihat mirip diantara keduanya.

Berdasarkan Pasal 2 ayat (3) UU MIG menyebutkan “merek yang dilindungi terdiri atas tanda 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”. 182 Maka kemiripan antara kedua unsur-unsur logo diatas tentu ada salah satu logo yang seharusnya dilindungi haknya oleh pemerintah, dan logo lainnya bertanggung jawab atas serupanya logo tersebut

Dilihat dari nama mereknya yaitu “Geprek Bensu” dengan “I Am Geprek Bensu”.



Gambar 1.2 Perbandingan Merek Dagang (Sumber : Internet)

Berdasarkan Penjelasan Pasal 21 ayat (1) UU MIG memberikan pengertian bahwa: "Yang dimaksud dengan "persamaan pada pokoknya" adalah kemiripan dalam suatu merek yang disebabkan adanya unsur yang dominan antara merek yang satu dengan merek yang lain, sehingga menimbulkan kesan adanya persamaan, baik mengenai bentuk, cara penempatan, cara penulisan atau kombinasi antara unsur, maupun persamaan bunyi ucapan yang terdapat di dalam merek tersebut".183 Maka kedua merek yaitu Merek milik Penggugat “Geprek Bensu” dan Merek milik Tergugat “I Am Geprek Bensu” mempunyai kemiripan persamaan, baik mengenai bentuk, cara penempatan, cara penulisan atau kombinasi antara unsur, maupun persamaan bunyi ucapan yang terdapat di dalam merek tersebut.

Dilihat dari produk-produk yang diproduksi atau diperjualbelikan juga sama yaitu produk-produk sajian makanan berupa ayam. Itikad tidak baik dari pemohon pendaftaran Ruben Onsu karena setidaknya-tidaknya patut diketahui adanya unsur kesengajaan dalam meniru Merek yang

sudah dikenal tersebut. Bahwa sejak dari tanggal 09 Mei 2017 sampai 14 Agustus 2017 PT Ayam Geprek Benny Sujono telah memberi kompensasi kepada Ruben Onsu dan telah disertai bukti yang sah yaitu sehubungan dengan posisinya sebagai Duta Promosi (ambassador) pada sejumlah cabang/outlet bisnis makanan merek “I AM GEPREK BENSU” milik PT Ayam Geprek Benny Sujono sehingga Ruben Onsu seharusnya sudah mengetahui bahwa posisinya adalah semata-mata sebagai Duta Promosi (ambassador) untuk kepentingan Usaha dagang milik dari PT Ayam Geprek Benny Sujono, jadi bukan sebagai pemilik dari Merek PT Ayam Geprek Benny Sujono tersebut. Jadi berdasarkan ketentuan Pasal 21 ayat (3) UU MIG menyebutkan: (3) Permohonan ditolak jika diajukan oleh Pemohon yang beritikad tidak baik, dengan penjelasan yaitu “Pemohon yang beritikad tidak baik” adalah pemohon yang patut diduga dalam mendaftarkan mereknya memiliki niat untuk meniru menjiplak atau mengikuti merek pihak lain demi kepentingan usahanya menimbulkan kondisi persaingan usaha tidak sehat, mengecoh atau menyesatkan konsumen.¹⁸⁴ Maka Ruben Onsu adalah pemohon yang patut diduga dalam mendaftarkan mereknya memiliki niat untuk meniru, menjiplak atau mengikuti merek pihak lain demi kepentingan usahanya menimbulkan kondisi persaingan usaha tidak sehat, mengecoh atau menyesatkan konsumen, sehingga Majelis Hakim berpendapat Ruben Onsu adalah Pemohon yang beritikad tidak baik.

APRESIASI DESAIN

Kasus sengketa HKI di bidang merek, dengan dasar pengaturannya ada pada UU MIG. Jenis Merek Dagang yang dilakukan oleh Ruben Onsu ini termasuk dengan jenis dengan pelanggaran Peniruan Label atau kemasan suatu produk, disini Ruben Onsu lebih tepat disebut sebagai pelaku usaha yang berlaku curang dalam menjalankan bisnis. Ruben Onsu berusaha mengambil keuntungan dengan cara memirip-miripkan produknya dengan produk pesaingnya atau menggunakan merek yang begitu mirip sehingga dapat menyebabkan kebingungan di masyarakat. Bisa kita lihat dari logo, nama merek, dan produk yang dijual itu serupa dengan I Am Geprek Benu milik PT. Ayam Geprek Benny Sudjono.

Sebagai salah satu desainer masa depan saya mengapresiasi Kasus Plagiarisme Geprek Benu melawan I Am Geprek Benu merupakan salah satu kasus plagiarisme antara lain logo dan merek atau bisa dikatakan melakukan plagiarisme sebagai berikut :

- Aspek yang di jiplak ialah plagiarisme ide
- Proporsi yang di jiplak plagiat sedang yaitu sebesar 80%
- Pola plagiarisme yaitu plagiarisme mozaik
- Aspek kesengajaan yaitu plagiarisme yang disengaja.

SOLUSI PERMASALAHAN

Dapat kita simpulkan solusi kasus ini disimpulkan bahwa permohonan pendaftaran merek di Indonesia dalam memulai menjalankan usaha sangat penting sekali. Prinsip first to file dalam UU MIG, menjadi dasar penentuan siapa yang dapat menjadi pemilik sah hak atas merek tersebut. Sengketa Merek antara Ruben Onsu dan PT Ayam Geprek Benny Sudjono sudah wajar terjadi karena kedua belah pihak sama-sama ingin mendapatkan HKI atas mereknya. Sengketa HKI Geprek Benu melawan I Am Geprek Benu merupakan sengketa HKI di bidang merek, dimana proses penyelesaian sengketanya berdasarkan UU MIG sebagai dasar hukum pengaturan merek di Indonesia. Proses penyelesaian sengketa kedua belah pihak diselesaikan dengan secara litigasi tepatnya di Pengadilan Niaga. Sengketa dalam perkara ini merupakan gugatan yang menghendaki penghentian usaha pihak tergugat. Disini Ruben Onsu digugat PT Ayam Geprek Benu untuk pembatalan pendaftaran merek “Geprek Benu” yang punya kemiripan dengan “I am Geprek Benu”. Akhirnya Putusan Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat dalam perkara nomor 57/Pdt.SusHKI/Merek/2019/PN Niaga Jkt.Pst telah diputus, dan berdasarkan pertimbangan MA setelah diajukan kasasi bahwa putusan tersebut tidak bertentangan dengan hukum dan UU MIG. Dengan ini berarti Ruben Onsu tidak bisa menggunakan merek “Geprek Benu” nya lagi sesuai hasil putusan pengadilan Jakarta Pusat.

Usai dinyatakan kalah, Ruben Onsu rupanya mendatangi Tim kuasa hukum PT Ayam Geprek Benny Sujono atau I Am Geprek Benu, Eddie Kusuma untuk meminta maaf. Menawarkan dua solusi yang ditampung oleh Ruben Onsu dan menurutkan akan dipikrkan baik-baik dulu."Ini merek punya kita, kalau kau mau pake boleh lisensi dari kita, izin dari kita, memang dari kita kan. Atau kau mau kuasai ini, silahkan saya lepas. Saya sudah memberikan penawaran yang terbaik kan? Dia bilang mau pikir-pikir, ya silahkan. Nah minggu ini mau ketemuan dengan saya," bebarnya.

KESIMPULAN

Plagiarisme besar kaitannya dengan dunia desain komunikasi visual menjadi fenomena yang sudah sering terjadi bahkan dianggap lumrah bagi individu maupun suatu lingkup lingkungan tertentu. seiring berkembangnya teknologi tentunya semakin diujinya kreativitas kita dalam mengkomunikasikan pesan yang dapat disampaikan kepada audiens. Praktik plagiarisme dengan kaitannya dengan dunia desain grafis terjadi karena adanya sebab sebab tertentu yaitu karena kurangnya kemampuan desainer grafis, desainer grafis yang malas dalam mengasah kemampuan dan mencari ide, deadline dari client, sikap apatis terhadap hukum juga dapat mempengaruhi. Dengan terbiasa melakukan praktik plagiarisme ini desainer menjadi tidak terlatih, menjadi terlalu bergantung terhadap karya orang lain yang mengarah kepada malasnya desainer dalam mencari ide dan kreatifitas yang meredup. Melihat dari kasus I Am Geprek Benu dan Geprek Benu tentang plagiarisme merek dagang dan Logo harusnya membuat para desainer sadar bahwa mencuri atau menjiplak adalah kesalahan yang fatal. Plagiarisme kasus ini sudah sangat fatal karena bukan hanya dari Logo yang plagiarisme total tetapi juga dari merek dagang yang pengucapannya sama. Maka dari itu juga pentingnya seorang desainer untuk mendaftarkan suatu mereknya ke Hak kekayaan Intelektual agar merek yang dibuat susah payah terbayar.

REFERENSI

- Wijaya, A. (2020). *Penyelesaian Sengketa Dagang dalam Studi Putusan Geprek Benu Melawan I Am Geprek Benu*.
- Adrie P. Saputra (2020). *Ruben Onsu Diberi 2 Solusi dari I Am Geprek Benu setelah Kalah dalam Sengketa Merk Dagang* Diakses pada 26 Juni 2022, dari <https://suar.grid.id/read/202195103/ruben-onsu-diberi-2-solusi-dari-i-am-geprek-benu- setelah-kalah-dalam-sengketa-merk-dagang?page=4>
- Kompas.com (2020). *Selain Geprek Benu, Berikut 5 Kasus Sengketa Merek Dagang di Indonesia*. Diakses pada 26 Juni 2022, dari <https://www.kompas.com/tren/read/2020/06/15/150454865/selain-geprek-benu- berikut-5-kasus-sengketa-merk-dagang-di-indonesia?page=all>
- Kuyou (2020). *Viral Kasus Merek 'Geprek Benu' dan 'I Am Geprek Benu', Sebenarnya Mana yang Asli? Simak Disini Gaes* Diakses pada 26 Juni 2022, dari <https://kuyou.id/homepage/read/9745/viral-kasus-merek-geprek-benu-dan-i-am-geprek- benu-sebenarnya-mana-yang-asli-simak-disini-gaes>
- Vivi Febrianti (2020). *Kalah Lalu Minta Maaf, Ruben Onsu Diberi 2 Solusi dari I Am Geprek Benu: Silahkan Kalau Mau Kuasai* Diakses pada 26 Juni 2022, dari https://bogor.tribunnews.com/2020/06/13/kalah-lalu-minta-maaf-ruben-onsu-diberi-2- solusi-dari-i-am-geprek-benu-silahkan-kalau-mau-kuasai?page=all&_ga=2.15217333.2092173390.1656301668-2146074199.1656301668
- Teman Startup (2021). *Produk Inspirasi Berujung Plagiarisme* Diakses pada 26 Juni 2022, dari <https://temanstartup.com/produk-inspirasi-berujung-plagiarisme/>
- Mediaindonesia.com (2021). *Masa Depan Bisnis Kuliner Indonesia Masih Punya Peluang Besar* Diakses pada 26 Juni 2022, dari <https://mediaindonesia.com/ekonomi/457757/masa- depan-bisnis-kuliner-indonesia- masih-punya-peluang-besar>
- Arfrian Rahmanta (2022). *Kronologi Kasus Perang Merek I Am Geprek Benu Ruben Onsu vs*

- Benny Sujono Hingga Gugatan Rp 100 Miliar* Diakses pada 26 Juni 2022, dari <https://beritadiy.pikiran-rakyat.com/citizen/pr-704252215/kronologi-kasus-perang-merek-i-am-geprek-bensu-ruben-onsu-vs-benny-sujono-hingga-gugatan-rp-100-miliar?page=3>
- Adiastuti (2022). *Buat kamu Para Pelaku Usaha, Cari Tahu Cara Daftar Merek Dagangmu Yuk!* Diakses pada 26 Juni 2022, dari <https://ppid.semarangkota.go.id/buat-kamu-para-pelaku-usaha-cari-tahu-cara-daftar-merek-dagangmu-yuk/>
- Qiscus2 (2022). *5 Ciri Anda Melakukan Persaingan Bisnis Tidak Sehat dengan Kompetitor.* Diakses pada 26 Juni 2022, dari <https://www.qiscus.com/id/blog/ciri-persaingan-bisnis-tidak-sehat/#:~:text=Persaingan%20bisnis%20mengacu%20pada%20persaingan.mendapatkan%20lebih%20banyak%20pangsa%20pasar.>
- Restu (2022). *Kronologi Gugatan Rp100 Miliar yang Menyeret Merek Ayam Geprek Bensu* Diakses pada 26 Juni 2022, dari [Kronologi Gugatan Rp100 Miliar yang Menyeret Merek Ayam Geprek Bensu - Kabar24 Bisnis.com](https://www.kabar24.com/kronologi-gugatan-rp100-miliar-yang-menyeret-merek-ayam-geprek-bensu)
- Royhan, M. G., & Ngabekti, D. K. (2021). Problematika Desain Komunikasi Visual dan Plagiarisme dalam Dunia Desain Grafis. *CITRAWIRA: Journal of Advertising and Visual Communication*, 2(1), 86-95.
- DK, M. T. M., Bangun, D. A. N., & Saripudin, I. (2018). BENTUK-BENTUK PLAGIARISME DALAM PEMBUATAN GAMBAR GESTALT. *Epigram*, 15(2).
- Sastroasmoro, S. (2007). Beberapa Catatan tentang Plagiarisme. *Majalah Kedokteran Indonesia*, 57(8), 239-244.