

**ANALISIS YURIDIS PELANGGARAN MEREK DAGANG DI INDONESIA
BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016**

Skripsi

**Di Ajukan Untuk Melengkapi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Hukum**



Oleh

Nama : Dosi Alfian Syah
NPM : 2101110045
Program Studi : Ilmu Hukum
Bagian : Hukum Perdata

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
FAKULTAS HUKUM
BANDA ACEH
2025

Telah Disetujui

Untuk Diajukan Kepada Panitia Ujian Skripsi
Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Aceh

Judul Skripsi

**ANALISIS YURIDIS PELANGGARAN MEREK DAGANG DI INDONESIA
BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016**

Banda Aceh, 2 Juli 2025
Pembimbing


Dr. H. Yusri Z Abidin S.H., M.H.

Judul Skripsi

**ANALISIS YURIDIS PELANGGARAN MEREK DAGANG DI INDONESIA
BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016**

Oleh

Nama : Dosi Alfian Syah
No. Mahasiswa : 2101110045
Program Studi : Ilmu Hukum
Bagian : Hukum Perdata

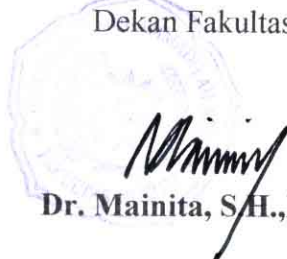
Telah Dipertahankan di Depan Sidang Penguji
Pada Tanggal 25 Juli 2025
Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat Untuk Diterima

DEWAN PENGUJI

- 1.Ketua : Dr. Mainita, S.H.,M.H.Kes.
2.Sekretaris : Trio Yusandy, S.H., M.Kn
3.Pembimbing/Penguji I : Dr. H. Yusri Z Abidin S.H., M.H.
4.Penguji II : Dr. M. Thaib Zakaria, S.H.,M.H
5.Penguji III : Rusnin, S.H., M.H

(*Mainita*)
(*Trio Yusandy*)
(*Yusri Z Abidin*)
(*M. Thaib Zakaria*)
(*Rusnin*)

Banda Aceh, 19 Agustus 2025
Universitas Muhammadiyah Aceh
Dekan Fakultas Hukum


Mainita
Dr. Mainita, S.H.,M.H.Kes.

ABSTRAK

Dosi Alfian Syah, ANALISIS YURIDIS PELANGGARAN MEREK DAGANG DI INDONESIA BERDASARKAN UNDANG- UNDANG NO 20 TAHUN 2016

**Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Aceh
(v.69) pp.,bibl.,app.**

DR.H. Yusri Z. Abidin,S.H.,M.H.

Pasal 100 ayat (1) Undang-Undang nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi Geografis disebutkan, setiap orang yang tanpa hak menggunakan merek yang sama pada keseluruhan dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dapat dipidana penjara paling lama 5 tahun dan/atau denda paling banyak Rp 2 miliar. Namun dalam kenyataannya masih banyak terjadi pelanggaran hak atas merek seperti Ms Glow dan Ps Glow sehingga menimbulkan kerugian bagi pemegang merek.

Tujuan penulisan, untuk menjelaskan bentuk pelanggaran merek dagang yang sering terjadi di Indonesia, untuk menjelaskan ketentuan hukum yang dapat memberikan perlindungan yang memadai bagi pemilik merek dagang terhadap Tindakan pelanggaran, untuk menjelaskan Upaya hukum yang dapat dilakukan oleh pemilik merek untuk menegakkan haknya atas terjadinya pelanggaran merek.

Penelitian ini menggunakan metode *yuridis normative*. Data dalam penelitian skripsi ini diperoleh melalui penelitian kepustakaan. Penelitian kepustakaan untuk memperoleh data sekunder dengan mengkaji peraturan perundang-undangan, buku-buku dan pendapat para ahli hukum yang berkaitan dengan masalah yang dibahas.

Berdasarkan hasil penelitian di ketahui bahwa bentuk pelanggaran merek dagang yang terjadi di indonesia Pembajakan Merek Orang Lain, dalam kasus Ms Glow dan PS Glow adanya Pelanggaran Terhadap Merek yang telah Mendaftarkan, merek dagangnnya, dan dari pemilik pertama yang menggunakan nama merek dagang tersebut yang sah secara hukum sebagai pemilik sah, dari nama merek dagang. Dari kasus yang merasa mereknya telah terdaftar duluan. Dari analisis kasus pelanggaran merek dagang di indonesia. Dari kasus ini adanya keinginan melakukan kecurangan dalam usaha dengan mengikuti produk dari merek dengan nama yang sama, dan juga dalam kasus pelanggaran merek, adanya kurangnya kesadaran masyarakat atas bahayanya dan merugikan pemilik merek atas pelanggaran yang mereka lakukan. Upaya pertama dilakukan secara kekeluargaan, dan apabila tidak dapat di selesaikan secara kekeluargaan akan diajukan gugatan ke pengadilan.

Diharapkan kepada lembaga yang terkait dengan Hak Kekayaan Intelektual lebih menekankan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat untuk meningkatkan kepedulian masyarakat terhadap hak kekayaan intelektual terkhususnya merek dagang, dan kepada masyarakat lebih peduli untuk melindungi dan mendaftarkan merek dagang, untuk mencegah terjadinya pelanggaran terhadap merek dagang, dan mendapatkan kepastian hukum.

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr. Wb.

Syukur Alhamdulillah dipanjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulisan skripsi dengan judul

ANALISIS YURIDIS PELANGGARAN MEREK DAGANG DI INDONESIA BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NO 20 TAHUN 2016. dapat diselesaikan. Shalawat serta salam tak lupa selalu tucurahkan kepada pangkuan alam Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari alam kebodohan menuju alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Selama penulisan skripsi ini banyak mengalami kesulitan dan hambatan. Sehingga penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan, serta dukungan dari berbagai pihak baik secara materil maupun non materil. Oleh karena itu dengan kerendahan hati diucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Yusri Z Abidin, S.H., M.H., selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan serta arahan tiada hentinya dari awal penulisan hingga selesai penulisan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Mainita, S.H., M.H., Kes., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Aceh yang telah mendidik dan memberikan ilmu dengan

tulus dan Ikhlas.

3. Bapak Dr. M. Thaib Zakaria, S.H.,M.H., selaku dosen wali yang telah banyak memberikan bimbingan akademik dan nasehat-nasehat dalam menyelesaikan studi di Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Aceh
4. Seluruh Bapak Dosen dan Ibu Dosen Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Aceh, yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
5. Tenaga kependidikan Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Aceh, yang telah memberikan layanan administrasi akademik dan non akademik selama perkuliahan.
6. Seluruh rekan seperjuangan Jurusan Hukum Perdata angkatan 2021 Universitas Muhammadiyah Aceh yang telah memberikan dukungan sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
7. Banyak pihak yang tidak dapat dituliskan dalam lembaran kertas ini, namun jasa dan bantuannya tidak pernah dilupakan. Karena itu, dari lubuk hati yang dalam dan tulus, ingin mengucapkan terimakasih untuk semua bantuan yang telah diberikan. Kiranya Allah SWT membalas segala kebaikan hati Bapak, Ibu dan Saudara-saudari.
8. Kepada pihak responden dan informan yang sudi kiranya memberikan waktu informasi beserta data dalam penelitian skripsi ini.

Ucapan terimakasih yang istimewa dengan sepenuh hati dan segala penghormatan kepada Ibunda Suriani dan Ayahanda Hasan Basri yang saya cintai dan saya sayangi yang selalu menjadi penyemangat untuk saya berjuang menyelesaikan

skripsi ini, doa dan kasih sayang yang telah memberikan cinta yang tulus dan ikhlas yang selalu mengiringi setiap langkah serta senantiasa memberikan bantuan baik secara moral maupun materil demi lancarnya penulisan skripsi ini.

Terimakasih juga kepada pihak-pihak yang telah mendukung dan membantu dalam penelitian ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu. yang telah membantu dan memberikan motivasi sehingga dapat menyelesaikan studi pada Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Aceh.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi yang membacanya. Disadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati diharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari berbagai pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Banda Aceh, 15 Mei 2025

Penulis

Dosi Alfian Syah
NPM : 2101110045

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar belakang masalah	1
B. Ruang lingkup dan tujuan penelitian	9
C. Metode penelitian	10
D. Sistematika penulisan	14
 BAB II TINJAUAN UMUM PELANGGARAN MEREK DAGANG DI INDONESIA	
A. Definisi Merek Dagang	16
B. Jenis-Jenis Merek Dagang	22
C. Bentuk-Bentuk Pelanggaran Merek Dagang	28
D. Perlindungan Hukum Terhadap Merek Dagang	37
E. Penyelesaian Hukum Terhadap Pelanggaran Merek Dagang.....	49
 BAB III PENYELESAIAN ATAS PELANGGARAN MEREK DAGANG DI INDONESIA	
A. Bentuk Pelanggaran Merek Dagang Yang Sering Terjadi Di Indonesia.....	53
B. Ketentuan Hukum Yang Dapat Memberikan Perlindungan Yang Memadai Bagi Pemilik Merek Dagang Terhadap Tindakan Pelanggaran	55
C. Upaya Hukum Yang Dapat Di Lakukan Oleh Pemilik Merek Untuk Menegakkan Haknya	61
 BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran	68
 DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Permasalahan

Merek dagang adalah simbol, kata, atau kombinasi yang digunakan untuk membedakan produk atau jasa yang dihasilkan oleh suatu perusahaan. Di Indonesia, merek dagang diatur oleh Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Undang-undang ini bertujuan untuk memberikan perlindungan hukum terhadap pemilik merek serta menjaga kepentingan konsumen.

Menurut Pasal 1 Ayat 2 Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016, merek dagang adalah merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara kolektif atau badan hukum untuk membedakan dengan barang sejenis lainnya juga di dalam pasal 100.

Perlindungan merek dagang sangat penting dalam era globalisasi dan perkembangan teknologi informasi saat ini. Merek yang kuat dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan dan membangun kepercayaan konsumen. Namun, pelanggaran merek dagang sering kali terjadi, baik secara sengaja maupun tidak sengaja yang dapat merugikan pemilik Merek dan konsumen. di dalam pasal 2 ayat (3) 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 Pelanggaran merek dagang di Indonesia bervariasi dari penggunaan merek yang mirip hingga pemalsuan produk. Kasus-kasus ini tidak hanya berdampak pada ekonomi, tetapi juga merusak reputasi perusahaan yang telah berinvestasi dalam membangun merek mereka. Data dari Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual menunjukkan bahwa jumlah pelanggaran merek dagang terus meningkat setiap tahunnya¹

Salah satu tantangan utama dalam penegakan hukum pelanggaran merek dagang adalah kurangnya kesadaran masyarakat mengenai pentingnya perlindungan merek. Banyak pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) yang tidak memahami hak dan kewajiban mereka terhadap merek yang mereka gunakan. Hal ini menyebabkan mereka rentan terhadap pelanggaran dan tidak dapat melindungi hak-hak mereka secara efektif.

Selain itu, proses penegakan hukum di Indonesia masih menghadapi berbagai kendala, seperti lambatnya proses litigasi dan kurangnya sumber daya di lembaga penegak hukum. Meskipun Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 telah memberikan landasan hukum yang kuat, implementasinya masih

¹ Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia, "*Panduan Perlindungan Merek di Indonesia*," 2022 hlm,11

memerlukan perhatian serius agar dapat berjalan efektif²

Perlunya kolaborasi antara pemerintah, pelaku industri, dan masyarakat menjadi penting dalam upaya menanggulangi pelanggaran merek dagang. Edukasi dan sosialisasi mengenai hak kekayaan intelektual harus ditingkatkan, sehingga semua pihak memahami pentingnya perlindungan merek. Dengan demikian, diharapkan kesadaran ini dapat mengurangi angka pelanggaran yang terjadi.

Studi tentang pelanggaran merek dagang juga penting untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai dampak ekonomi dari pelanggaran tersebut. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan data yang akurat mengenai kerugian yang dialami oleh perusahaan-perusahaan yang menjadi korban pelanggaran merek. Dengan data yang kuat, diharapkan akan ada dukungan lebih besar dari pemerintah untuk menindaklanjuti masalah ini³

Dalam konteks global, Indonesia juga perlu menjalin kerjasama internasional dalam menangani pelanggaran merek dagang. Globalisasi mengakibatkan peningkatan perdagangan lintas negara, sehingga pelanggaran merek dagang dapat terjadi secara internasional. Kerjasama dengan negara lain dalam hal penegakan hukum di bidang merek dagang menjadi sangat krusial. Melihat pentingnya masalah ini, penelitian ini bertujuan untuk

² Siti Aisyah, "Perlindungan Hukum Terhadap Merek Dagang Di Indonesia", jurnal hukum, vol 10, no. 2, 2021. hlm. 7

³ Budi Santoso, "Dampak Pelanggaran Merek Dagang terhadap Pertumbuhan Ekonomi," Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 15, No. 1, 2020. hlm 4

menganalisis pelanggaran merek dagang di Indonesia, terutama terkait dengan implementasi Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016. Hasil dari penelitian diharapkan dapat memberikan rekomendasi untuk perbaikan kebijakan serta strategi penegakan hukum yang lebih efektif.

Dalam putusan kasus Putusan PN Surabaya (Putusan 02/Pdt.Sus.HKI/MEREK/2022/PN Niaga Sby): Pengadilan Niaga terkait sengketa merek MS Glow dan PS Glow menghasilkan hasil yang berbeda di Pengadilan Negeri (PN) Surabaya dan PN Medan. PN Surabaya memutuskan PS Glow memenangkan gugatan dan menyatakan merek MS Glow digunakan tanpa hak dan merugikan. PN Medan, di sisi lain, memiliki putusan yang berbeda, dengan MS Glow memenangkan gugatan. Majelis hakim memutuskan bahwa penggunaan merek MS Glow oleh PS Glow/Pstore Glow secara tanpa hak dan melawan hukum, serta merugikan pemilik merek PS Glow (Putra Siregar). Akibat putusan ini, MS Glow harus membayar ganti rugi kepada PS Glow dan menghentikan seluruh aktivitas yang terkait dengan merek MS Glow. PN Medan memiliki putusan yang berbeda, di mana MS Glow memenangkan gugatan.

Alasan Putusan yang Berbeda Sengketa merek dagang antara MS Glow dan PS Glow/Pstore Glow didasari oleh dugaan kemiripan nama dan produk yang menyebabkan pihak PS Glow/Pstore Glow merasa dirugikan,. Pihak MS Glow menuduh PS Glow/Pstore Glow melakukan plagiasi merek dan desain produk. Putusan yang berbeda di kedua pengadilan menunjukkan perbedaan

interpretasi dan penerapan hukum mengenai merek dagang. Imbas Putusan: Bagi PS Glow/Pstore Glow, putusan PN Surabaya menjadi kemenangan karena mereknya diakui dan MS Glow dituntut untuk menghentikan aktivitasnya. Namun, putusan PN Medan memberikan harapan bagi MS Glow yang masih dapat melanjutkan aktivitas bisnisnya, upaya kasasi. Karena perbedaan putusan antara PN medan dan PN Surabaya, ms glow mengajukan kasasi ke Mahkamah Agung terhadap putusan PN Surabaya.

Dalam kasasi Mahkamah Agung putusan Nomor 161 K/Pdt.Sus-HKI/2023 Para Pemohon Kasasi I Juga Para Termohon Kasasi II/Para Tergugat Lawan PT.PSTORE GLOW BERSINAR INDONESIA, yang diwakili oleh Direktur, Samputri Angelina, di kasasi ini menyatakan penggugat memiliki hak eksklusif atas penggunaan merek dagang PS GLOW dan merek dagang PSTORE GLOW yang terdaftar pada direktorat jendral kekayaan intelektual kementrian hukum dan HAM Republik Indonesia untuk jenis golongan barang/jasa kelas 3 (kosmetik) menyatakan Tergugat I, Tergugat II, Tergugat III, Tergugat IV, Tergugat V dan Tergugat VI secara tanpa hak dan melawan hukum menggunakan merek dagang MS GLOW dan merek dagang PSTORE GLOW yang digunakan penggugat untuk jenis barang/jasa kelas 3 (kosmetik) terdaftar pada Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual Kementrian Hukum dan HAM Republik Indonesia. Menimbang, bahwa terhadap gugatan tersebut tergugat I mengajukan gugatan balik (rekonvensi) yang dalam gugatannya

memohon kepada pengadilan negeri surabaya untuk memberikan putusan sebagai berikut:

1. Mengabukan gugatan rekonvensi dari Penggugat I Rekonvensi untuk seluruhnya
2. Menyatakan merek-merek dagang yang di gunakan Tergugat I Konvensi Adalah merek dagang yang sah milik tergugat IV Konvensi
3. Menghukum Tergugat Rekonvensi untuk membayar Ganti rugi materiil kepada Penggugat Rekonvensi dari tahun 2021 sampai dengan saat ini sebesar Rp47.333.192.813,33 (empat puluh tujuh miliar tiga ratus tiga puluh tiga juta serratus Sembilan puluh dua ribu delapan ratus tiga belas rupiah dan tiga puluh tiga sen)
4. Menghukum Tergugat Rekonvensi untuk membayar kerugian immaterial yang dialami oleh Penggugat I Rekonvensi sebesar Rp500.000.000.000,00 (lima ratus miliar rupiah)

Dalam Rekonvensi

1. Mengabulkan gugatan rekonvensi dari penggugat IV rekonvensi untuk seluruhnya
2. Menyatakan penggugat IV rekonvensi Adalah pemilik dan pendaftaran pertama yang sah atas merek
 - MS GLOW , nomor pendafran IDM000633038, kelas 3, tanggal pendaftaran 8 agustus 2018,nama pemilik Shandy Purnamasari

- MS GLOW FOR MEN, nomor pendaftaran IDM000877377, kelas 3, tanggal pendaftaran 1 agustus 2021, nama pemilik Shandy Purnamasari Dan pada merek Tergugat PS GLOW MEN nomor pendaftaran IDM000959425, tanggal pendaftaran 5 april 2022, serta mengumumkan pembatalan merek tersebut di atas dalam berita resmi merek, dan menghukum Tergugat Rekonvensi untuk membayar Ganti rugi materiil dan immaterial. Menimbang, bahwa berdasarkan tambahan memori kasasi yang di terima tanggal 29 september 2022 yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari putusan ini, para pemohon kasasi I/ pemohon kasasi I/ tergugat I meminta agar Membatalkan Putusan Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negri Surabaya Nomor 2/Pdt.Sus-HKI/Merek/Merek/2022/PN.Niaga.Sby, tanggal 12 juli 2022 dalam konvensi, menimbang, bahwa berdasarkan pertimbangan di atas, ternyata tidak terdapat cukup alasan untuk mengabulkan permohonan kasasi yang diajukan oleh pemohon kasasi II: PT. PSTRORE GLOW BERSINAR INDONESIA, tersebut sehingga harus ditolak.⁴

menimbang bahwa berdasarkan berdasarkan pertimbangan di atas, terdapat cukup alasan untuk mengabulkan permohonan kasasi yang di ajukan oleh para pemohon kasasi I: PT. KOSMETIK GLOBAL INDONESIA dan Kawan-kawan , tersebut dan membatalkan Putusan Pengadilan Niaga Pada

⁴ Putusan Direktorat Mahkamah Agung Putusan Nomor 161 K/Pdt.Sus-HKI/2023

Pangadilan Negri Surabaya nomor Surabaya Nomor 2/Pdt.Sus-HKI/Merek/Merek/2022/PN.Niaga.Sby, tanggal 12 juli 2022

Hak atas merek adalah hak yang bersifat khusus (exclusive) yang diberikan oleh negara kepada pemiliknya untuk menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin pada orang lain untuk menggunakannya. Pemberian hak khusus oleh negara tersebut, membawa konsekuensi bahwa untuk mendapatkannya harus melalui mekanisme pendaftaran, sehingga sifat pendaftaran adalah wajib (compulsory).

Oleh karena itu kompetisi dalam bisnis tidak hanya berupaya bagaimana merebut konsumen, tetapi juga berkompetisi untuk segera mengajukan pendaftaran merek atas setiap produk barang atau jasa⁵ Merek dengan nama yang menarik, mudah dikenal dan diingat tentunya sangat diminati oleh para produsen agar produk barang/jasa miliknya juga mudah diingat dan dikenali oleh konsumen.

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas,maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini dengan judul skripsi “**Analisis Yuridis Pelanggaran Merek Dagang Di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016**”.Adapun permasalahan yang ingin di teliti adalah sebagai berikut:

1. Apa sajakah bentuk pelanggaran merek dagang yang sering terjadi di

⁵ Zaenal Arifin dan Muhammad Iqbal,*jurnal Perlindungan Hukum Terhadap Merek Yang Terdaftar*,vol.5,no.1,(jurnal , Ius Constituendum,2020),hlm.1

Indonesia?

2. Sejauh manakah ketentuan hukum yang dapat memberikan perlindungan yang memadai bagi pemilik merek dagang terhadap Tindakan pelanggaran?
3. Apa sajakah Upaya hukum yang dapat dilakukan oleh pemilik merek untuk menegakkan haknya?

B. Ruang Lingkup Dan Tujuan Penulisan

Sesuai dengan judul yaitu “Analisis Yuridis Terhadap Pelanggaran Merek Dagang Di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016”.maka yang menjadi ruang lingkup dalam penelitian ini adalah dalam bidang hukum perdata, yaitu khusus melakukan penelitian tentang analisis yuridis terhadap pelanggaran merek dagang di Indonesia berdasarkan undang-undang nomor 20 tahun 2016.adapun tujuan penulisan yang ingin di tuliskan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut yaitu:

1. Untuk menjelaskan bentuk pelanggaran merek dagang yang sering terjadi di Indonesia
2. Untuk menjelaskan ketentuan hukum yang dapat memberikan perlindungan yang memadai bagi pemilik merek dagang terhadap Tindakan pelanggaran
3. Untuk mejelaskan Upaya hukum yang dapat dilakukan oleh pemilik merek untuk menegakkan haknya

C. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian hukum dengan pendekatan yuridis normatif, yaitu metode penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau bahan sekunder. Metode penelitian hukum normatif dapat dimaknai sebagai penelitian hukum dalam tataran norma, kaidah, asas-asas, teori, filosofi, dan aturan hukum guna mencari solusi atau jawaban atas permasalahan baik dalam bentuk kekosongan hukum, konflik norma, atau kekaburan norma.

Bahan hukum dalam penelitian hukum normatif dibagi menjadi dua yakni bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Bahan hukum primair merupakan pisau analisis atas objek kajian yang diangkat. Bahan hukum primer biasanya diperoleh dari perundang-undangan dan teori serta asas hukum.

bahan hukum sekunder merujuk pada sumber-sumber kepustakaan yang menjadi pendukung argumentasi hukum. Bahan hukum sekunder digunakan pula sebagai referensi dan dicantumkan didalam daftar pustaka seperti halnya buku-buku, artikel pada jurnal ilmiah, artikel pada prosiding ilmiah, laporan hasil penelitian, hasil penelitian tesis dan disertasi yang dijadikan rujukan serta beberapa sumber literatur lain yang dapat digunakan untuk memperkaya dan memperdalam analisis penelitian.⁶

1. Defiisi Operasional Variabel Penelitian

Analisis Adalah aktvitas yang memuat sejumlah kegiatan seperti menngur-

⁶ Yati Nurhayati, Ifrani,dan M.Yasir Said, *Metodologi Normatif Dan Empiris Dalam Perspektif Ilmu Hukum*,Vol.2,No.1,(Jurnal Penegakan Hukum Indonesia (Jphi),Hlm.8

ai, membedakan, memilah sesuatu untuk digolongkan dan dikelompokkan kembali menurut kriteria tertentu kemudian dicari kaitannya dan ditafsir maknanya.

- a. Hukum adalah kumpulan peraturan yang terdiri atas norma dan sanksi-sanksi. Hukum merupakan keseluruhan kaedah-kaedah serta asas-asas yang mengatur ketertiban yang meliputi lembaga-lembaga dan proses-proses guna mewujudkan berlakunya kaedah itu sebagai kenyataan dalam masyarakat. Hukum adalah sesuatu yang berkaitan erat dengan kehidupan manusia merujuk pada sistem yang terpenting dalam pelaksanaan atas rangkaian kekuasaan penegakan hukum oleh kelembagaan penegak hukum karena segala kehidupan manusia dibatasi oleh hukum.
- b. Pelanggaran adalah melanggar atau melawan aturan. Pelanggaran adalah perilaku menyimpang yang berupa tindakan menurut kehendak sendiri tanpa memperhatikan aturan yang telah ditetapkan. Pelanggaran adalah *wetsdelicten*, artinya perbuatan tersebut diakui oleh masyarakat sebagai kejahatan karena undang-undang menyebutnya sebagai delik
- c. Merek dagang adalah lambang yang dipakai oleh pedagang besar bukan produsen untuk barang yang dibeli dari produsen tanpa lambang dagang. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis, merek dagang adalah

merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang sejenis lainnya.

Meneruskan catatan Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum & HAM, merek dagang adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan, warna, dalam bentuk dua atau tiga dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari dua atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa⁷

2. Lokasi Dan Populasi Penelitian

Dalam penelitian skripsi ini, Lokasi yang di ambil adalah di wilayah hukum Indonesia, alasannya karena pelanggaran merek dagang terjadi di Indonesia.

3. Cara Pengambilan Sempel

Penentuan sampel dalam penelitian ini di lakukan dengan mewawancari narasumber dan penelitian Pustaka untuk bahan penelitian skripsi

1. Narasumber

- a. Pejabat dari direktorat kekayaan intelektual provinsi aceh

⁷ Husen Mulachela, "*Merek Dagang Adalah: Pengertian Dan Cara Mendaftarkannya*" Link Akses: (<https://Katadata.Co.Id/Berita/Nasional/62149d8cb2ced/Merek-Dagang-Adalah-Pengertian-Dan-Cara-Mendaftarkannya>, Di Akses, Pada, 8 Oktober 2024, 22.05)

4. Cara Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan bagian dari kegiatan penelitian penelitian yang bertujuan untuk memperoleh data-data yang relevan.⁸ data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah bahan hukum sekunder, dengan cara mengadakan penelusuran terhadap peraturan-peraturan dan literatur-literatur berkaitan dengan permasalahan yang sering di teliti atau sering disebut sebagai penelitian hukum perpustakaan.⁹ yang terdiri dari peraturan perundang-undangan, buku-buku, jurnal surat kabar, pendapat ahli, artikel dari internet dan lain-lain. adapun teknik pengumpulan data yang penulis lakukan yaitu:

Data sekunder yang di peroleh melalui teknik dokumentasi yaitu pengumpulan data dengan menggunakan dokumen-dokumen, catatan-catatan, laporan, buku-buku, media elektronik dan bahan-bahan yang relevan dengan permasalahan

5. Cara analisis data

Analisis data adalah sebuah proses mengatur urutan data, mengorganisasikan ke dalam pola, kategori dan kesatuan uraian dasar.

¹⁰ Analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis yang bersifat kualitatif yaitu dengan cara melakukan interpretasi (penafsiran)

⁸ Burhan Ashshofa, *metode penelitian hukum*, rineka cipta, jakarta 2004, hlm.60

⁹ Ika atikah, *metode penelitian hukum, haura utama*, banten, 2022, hlm.20

¹⁰ Amiruddin dan Asikin Zainal, *pengantar metode penelitian hukum*, raja grafindo persada, jakarta. 2006, hlm.52

terhadap bahan-bahan hukum yang telah diolah.¹¹ Data yang di peroleh melalui studi dokumen dan wawancara akan di analisis secara kualitatif kemudian di sajikan secara deskriptif yaitu dengan menguraikan, menjelaskan dan menggambarkan permasalahan dalam penelitian ini.¹²

D. Sistematikan Penulisan

Penulisan skripsi ini dibagi dalam 4 bab agar mempermudah pemahaman pembaca dalam memahami ruang lingkup skripsi ini. keempat tersebut adalah sebagai berikut.

Bab I, Merupakan Bab Pendahuluan yang terdiri dari 4 (empat) sub bab yang memuat Latar Belakang Masalah, Ruang Lingkup dan Tujuan Penelitian, Metode Penelitian dan Sistematika Pembahasan.

Bab II, merupakan tinjauan umum merek dagang di indonesia, tinjauan umum definisi merek dagang, tinjauan umum jenis-jenis merek dagang, tinjauan umum bentuk-bentuk pelanggaran merek dagang, tinjauan umum perlindungan hukum terhadap merek dagang dan tinjauan umum penyelesaian hukum terhadap pelanggaran merek dagang.

Bab III, merupakan Bab hasil penelitian yang berjudul tinjauan umum merek dagang di indonesia, yang menguraikan tentang bentuk-bentuk pelanggaran merek dagang yang sering terjadi di indonesia, ketentuan hukum yang memberikan

¹¹ Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum*, Mataram University Press, Mataram. 2020, Hlm. 67

¹² Sugiyono, *Memahami Metode Penelitian Kualitatif Dan R & D*, Alfabeta, Bandung, 2008, hlm. 60

perlindungan yang memadai bagi pemilik merek dagang terhadap tindakan pelanggaran, dan upaya hukum yang dapat dilakukan oleh pemilik merek untuk menegakkan haknya.

Bab IV, merupakan Bab penutup yang memuat tentang kesimpulan dan saran

BAB II

TINJAUAN UMUM MEREK DAGANG DI INDONESIA

A. TINJAUAN UMUM DEFINISI MEREK DAGANG

Merek dagang merupakan salah satu elemen penting dalam dunia bisnis yang berfungsi sebagai identitas suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Merek dagang tidak hanya sekadar nama atau logo, tetapi juga mencerminkan reputasi dan kualitas dari produk tersebut. Dalam praktik bisnis modern, merek dagang memiliki peran strategis dalam membedakan suatu produk dari pesaingnya serta membangun loyalitas konsumen. Oleh karena itu, pemahaman yang¹³ baik mengenai merek dagang sangatlah penting, terutama dalam konteks hukum dan perlindungan hak kekayaan intelektual.

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, merek dagang didefinisikan sebagai "tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk dua dimensi dan/atau tiga dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari dua atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh seseorang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa. "

Definisi ini menegaskan bahwa merek dagang tidak hanya berbentuk visual tetap juga dapat berbentuk suara maupun elemen lainnya yang dapat me

¹³ Safkaur Samuel, *Informasi Umum Perlindungan HKI*. Klinik Konsultasi, Jayapura, 2002

bedakan sebuah produk di pasar.

Merek dagang memiliki beberapa fungsi utama, di antaranya sebagai alat identifikasi produk, jaminan kualitas, sarana promosi, serta sebagai aset perusahaan yang memiliki nilai ekonomi. Dengan adanya merek dagang yang kuat, konsumen dapat lebih mudah mengenali dan mempercayai suatu produk, yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas dan daya saing perusahaan di pasar ¹⁴dijelaskan bahwa merek dagang yang kuat dapat meningkatkan daya saing perusahaan dalam jangka panjang serta memberikan perlindungan hukum terhadap pemalsuan dan penyalahgunaan merek.

Merek dagang adalah merek yang digunakan pada barang yang dijual oleh seseorang atau beberapa orang atau badan hukum untuk membedakan dengan barang sejenis lainnya. Merek jasa adalah merek yang digunakan pada jasa yang dijual oleh seseorang atau beberapa orang atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa sejenis lainnya.¹⁵

Ada beberapa juga pengertian Merek menurut para ahli :

Paris Convention : suatu trade mark/merek pada umumnya didefinisikan sebagai suatu tanda yang berperan untuk membedakan barang-barang suatu perusahaan dengan barang dari perusahaan lain

¹⁴ Santoso Budi. *Perlindungan Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. Klinik HKI Fakultas Hukum UNDIP, Semarang, 2004

¹⁵ Ibnu Khayath Farisanu, *kekayaan intelektual*, STIE Widya Praja Tana Paser, Kalimantan timur, 2017, hlm, 8

RM Suryodiningrat : barang-barang yang dihasilkan oleh pabriknya dengan dibungkus dan pada bungkusannya itu dibubuhi tanda tulisan dan atau perkataan untuk membedakan dari barang sejenis hasil perusahaan lain.

Molengraaf : alat untuk membedakan barang dan jasa yang diproduksi oleh suatu Perusahaan.¹⁶

Perlindungan hukum terhadap merek dagang sangat penting untuk menjaga hak eksklusif pemilik merek dalam menggunakan dan mengkomersialkan mereknya. Di Indonesia, perlindungan merek dagang diberikan melalui sistem pendaftaran di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI). Dengan mendaftarkan mereknya, pemilik merek memperoleh hak eksklusif untuk menggunakan merek tersebut dalam kegiatan perdagangan dan dapat mengambil tindakan hukum terhadap pihak yang menggunakan mereknya tanpa izin pendaftaran merek merupakan langkah preventif untuk menghindari konflik hukum di kemudian hari.¹⁷

Selain itu, merek dagang juga berperan sebagai alat pemasaran yang efektif. Sebuah merek yang kuat dan mudah diingat dapat meningkatkan daya tarik suatu produk di mata konsumen. Banyak perusahaan besar yang menginvestasikan sumber daya yang besar dalam membangun dan

¹⁶ Dwi Suryahartati, dan Nelli Herlina, *Hukum Kekayaan Intelektual*, Unja Publisher, Lppm Universitas Jambi, 2022, Hlm, 74

¹⁷ Kartajaya, H, *Manajemen Merek*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2020, hlm. 26

memelihara citra merek mereka agar tetap relevan dan kompetitif. disebutkan¹⁸ bahwa strategi branding yang baik dapat membantu perusahaan menciptakan hubungan emosional dengan konsumennya, yang pada akhirnya berdampak positif pada penjualan dan reputasi perusahaan.

Di era digital saat ini, perlindungan merek dagang menjadi semakin kompleks karena semakin mudahnya pelanggaran merek di dunia maya. Banyak kasus pemalsuan merek dan pencatutan nama merek yang dilakukan secara online, sehingga pemilik merek harus lebih proaktif dalam mengamankan hak kekayaan intelektual mereka. Dijelaskan bahwa perusahaan harus memanfaatkan teknologi dan hukum untuk melindungi merek mereka dari penyalahgunaan di dunia digital.¹⁹

Meskipun merek dagang memberikan banyak manfaat, pemilik merek juga harus memahami bahwa pemeliharaan dan pengelolaan merek memerlukan strategi yang tepat. Selain mendaftarkan merek, perusahaan juga harus memastikan bahwa merek mereka tetap relevan di pasar dengan melakukan inovasi dan memperhatikan tren konsumen.²⁰ Dijelaskan bahwa

¹⁸ Riswandi, B. A. *Cyber Law dan Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual*, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta, 2021, hlm.30

¹⁹ Budi Agus Riswandi, *Cyber Law dan Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2021, hln.60

²⁰ Margono Suyud, M. Y. *Kekayaan Intelektual Komentar Atas Undang-Undang Paten dan Merek*, Pt Grand Media, Jakarta, 2002

inovasi dan adaptasi terhadap tren pasar sangat penting untuk menjaga daya saing merek dagang dalam jangka panjang.

Merek (Trademark) merupakan salah satu bagian dari HKI, yang dalam praktik perdagangan berfungsi sebagai daya pembeda antara barang yang satu dengan yang lainnya, dan merupakan tanda (signs) untuk mengidentifikasi asal barang dan jasa (an indication of origin).²¹ Melalui merek, suatu barang dan jasa dapat dihubungkan dengan produsen yang menghasilkannya, sehingga produsen dapat menjaga dan memberikan jaminan kepada konsumen atas kualitas barang dan jasa yang mereka hasilkan, yaitu yang dikenal sebagai Quality Assurance Function⁴ dari suatu merek. Jika didorong dengan periklanan yang baik, suatu merek dapat memperoleh citra atau reputasi yang baik di mata masyarakat, sehingga menumbuhkan loyalitas konsumen²² (consumer's loyalty) atas barang dan jasa yang dihasilkan oleh produsen. Hal ini tent lainnya, yaitu yang dikenal sebagai fungsi promosi dari suatu merek, dan juga memberikan suatu keunggulan kompetitif (competitive advantage) untuk bersaing di pasar.²³ Dengan demikian, suatu merek memiliki nilai ekonomis dan merupakan aset perusahaan yang tidak ternilai. Akan mempermudah produsen dalam memperkenalkan barang atau jasa baru.

²¹ Suyud Margono, "*Hak Milik Industri Pengaturan dan Praktik di Indonesia*", Ghalia Indonesia, bogor, 2011, hlm.6

²² Gatot Supramono, "*Menyelesaikan Sengketa Merek Menurut Hukum Indonesia*", Rineka Cipta, Jakarta, 2008, hlm. 18

²³ Rahmi Janed, "*Hukum Merek*", Trademark Law, Prenada Media, Jakarta, 2013, hlm.4

a. Fungsi Merek

Merek berfungsi sebagai pembeda dari produk barang atau jasa yang di buat oleh seseorang atau badan hukum dengan produk barang atau jasa yang dibuat oleh seseorang atau badan hukum lain.

Tanda pengenal untuk membedakan hasil produksi yang dihasilkan seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum dengan produksi orang lain atau badan hukum lainnya. Sebagai alat promosi, sehingga mempromosikan hasil produksinya cukup dengan menyebutkan mereknya.²⁴

Menurut P.D.D. Dermawan, fungsi merek itu ada tiga, yaitu:

1. Fungsi indikator sumber, artinya merek berfungsi untuk menunjukkan bahwa suatu produk bersumber secara sah pada suatu unit usaha dan karenanya juga berfungsi untuk memberikan indikasi bahwa produk itu dibuat secara profesional;
2. Fungsi indikator kualitas, artinya merek berfungsi sebagai jaminan kualitas khususnya dalam kaitan dengan produk-produk bergengsi;
3. Fungsi sugestif, artinya merek memberikan kesan akan menjadi kolektor produk tersebut²⁵

Dalam undang-undang nomor 20 tahun 2016 merek berfungsi

²⁴ Anang Firmansyah, *pemasaran produk dan merek*, Qiara Media, Surabaya, 2019, hlm, 42

²⁵ Ibnu Munzir, dan Kadarudin, ., *Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual Terhadap Produk Indikasi Asal*, Pustaka Pena Press, Makassar, 2014, Hlm, 68

- a. Identifikasi Barang atau Jasa: Merek berfungsi untuk membedakan barang atau jasa yang dihasilkan oleh satu perusahaan dengan yang lain. Hal ini membantu konsumen dalam mengenali produk yang mereka pilih.
- b. Perlindungan Hukum: Merek yang terdaftar mendapatkan perlindungan hukum dari pemiliknya. Ini berarti bahwa pemilik merek memiliki hak eksklusif untuk menggunakan merek tersebut dan dapat mengambil tindakan hukum terhadap pihak yang menggunakan merek tanpa izin.
- c. Menjaga Kualitas: Merek juga berfungsi sebagai jaminan bahwa barang atau jasa yang ditawarkan memenuhi standar tertentu. Konsumen dapat mempercayai kualitas produk berdasarkan merek yang dikenal.
- d. Promosi dan Pemasaran: Merek digunakan sebagai alat untuk promosi dan pemasaran. Merek yang kuat dapat meningkatkan daya tarik produk di pasar dan membangun loyalitas konsumen.
- e. Nilai Ekonomi: Merek dapat menjadi aset yang bernilai bagi perusahaan. Merek yang dikenal dan dihargai dapat meningkatkan nilai perusahaan secara keseluruhan.

B. TINJAUAN UMUM JENIS-JENIS MEREK DAGANG

Merek dagang merupakan elemen penting dalam dunia bisnis yang berfungsi untuk membedakan suatu produk atau jasa dari produk atau jasa lain

yang sejenis. Dalam praktiknya, merek dagang dapat dikategorikan ke dalam beberapa jenis berdasarkan karakteristik dan fungsinya.²⁶ Pemahaman mengenai jenis-jenis merek dagang ini penting bagi pelaku usaha agar dapat memilih strategi branding yang tepat dalam memasarkan produknya.

terdapat beberapa jenis merek dagang yang umum dikenal, yaitu merek dagang (trademark), merek jasa (service mark), merek kolektif, merek terkenal, merek sertifikasi, dan merek tiga dimensi. Setiap jenis merek ini memiliki fungsi dan karakteristik yang berbeda, tergantung pada kebutuhan bisnis dan perlindungan hukum yang ingin diperoleh oleh pemilik merek.²⁷

Jenis pertama adalah **merek dagang (trademark)**, yaitu merek yang digunakan untuk membedakan barang yang diproduksi oleh suatu perusahaan dengan barang yang diproduksi oleh perusahaan lain. Merek ini biasanya berbentuk nama, logo,²⁸ simbol, atau kombinasi dari elemen-elemen tersebut yang melekat pada suatu produk.

Sebagai contoh, merek dagang seperti *Indomie*, *Teh Botol Sosro*, dan *Samsung* adalah contoh merek dagang yang telah dikenal luas dan menjadi identitas produk tertentu. Jenis Trademark

Merek dagang memiliki 5 jenis sesuai dengan bentuknya, yaitu:

²⁶ Fuady, M. *Hukum Merek di Indonesia*. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2019, hlm. 20

²⁷ Kasali, R., *Strategi Branding dan Inovasi Produk*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2017, hlm. 30

²⁸ Achmadi Miru, "Hukum Merek Cara Mudah Mempelajari Undang-Undang Merek", Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2007, hlm. 32

1. Design Mark

Design mark merupakan salah satu jenis merek dagang yang berupa desain maupun grafik yang dipakai untuk mengidentifikasi barang maupun jasa. Selain itu, design mark umumnya mencakup simbol, logo, warna dan elemen grafis yang lainnya.²⁹ Umumnya design mark satu ini lebih sulit didaftarkan dibandingkan jenis merek dagang yang lain sebab desainnya lebih detail dan kompleks..

2. Word Mark

Word mark merupakan jenis merek dagang yang terdiri atas kata, angka, kombinasi kata atau huruf yang dipakai untuk mengidentifikasi produk maupun jasa. Biasanya word mark termasuk jenis merek dagang yang paling mudah didaftarkan serta dilindungi dari jenis merek dagang yang lainnya. contoh dari word mark ini adalah Coca-Cola dan juga Adidas.

3. Color Mark

Warna juga bisa jadi sebuah alat branding yang cukup kuat, jadi pebisnis perlu memakainya sebagai identitas bisnis visualnya yang unik. Itulah alasannya, warna maupun kombinasi warna³⁰ tertentu masuk ke dalam jenis trademark yang umum disebut dengan color mark.

²⁹OK Saidin, "*Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*", Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2002, hlm. 376

³⁰ Munir Fuady *Hukum Merek di Indonesia*, Jakarta, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2019, hlm.42

4. Sound Mark

Sound mark juga jenis merek dagang yang tidak kalah penting untuk didaftarkan. Biasanya jenis merek dagang yang satu ini berupa suara maupun komposisi musik tertentu yang bisa jadi identitas pada suatu produk maupun jasa.

Contoh jenis merek dagang sound mark adalah raungan singa yang sangat populer dan menjadi ciri khas dari Metro Golden Mayer (MGM). Jenis merek dagang satu ini sama seperti design mark yang sulit untuk didaftarkan³¹ sebab membutuhkan bukti rekaman suara yang valid serta cukup khas agar bisa dikenali konsumen sebagai merek dagang mereka.

5. Smell Mark

Bau juga dapat dijadikan sebagai merek dagang. Bau maupun aroma pada suatu produk bisa jadi merek dagang apabila memiliki khas serta berbeda dari produk yang lainnya.

Smell mark juga umumnya didaftarkan oleh industri makanan dan minuman, bisnis parfum sampai produk rumah tangga seperti deterjen atau pembersih lantai.

Itulah beberapa jenis trademark yang paling umum didaftarkan dan perlu Anda pelajari jika memiliki bisnis dan ingin mendaftarkannya.

³¹ Djoko Prakoso, "*Hukum Merek dan Paten di Indonesia*", Dahara Prize, Semarang, 2005, hlm. 75

Jenis kedua adalah **merek jasa (service mark)**, yang digunakan untuk membedakan layanan atau jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan dari layanan yang ditawarkan oleh perusahaan lain.³² Merek jasa biasanya digunakan oleh perusahaan yang bergerak di bidang perhotelan, perbankan, transportasi, dan layanan profesional lainnya. Contoh merek jasa yang terkenal di Indonesia adalah *Gojek*, *Garuda Indonesia*, dan *Bank BCA*, yang mewakili layanan dalam sektor masing-masing.

Selanjutnya, terdapat **merek kolektif**, yaitu merek yang digunakan oleh sekelompok usaha atau asosiasi untuk menunjukkan bahwa produk atau jasa yang mereka tawarkan memiliki standar atau karakteristik tertentu. Merek kolektif sering digunakan oleh koperasi atau asosiasi produsen dalam suatu industri. Misalnya, Asosiasi Pengusaha Kopi Indonesia dapat menggunakan merek kolektif untuk menandai kopi asli Indonesia yang memenuhi standar mutu tertentu.³³

Selain itu, ada **merek terkenal**, yaitu merek yang telah dikenal luas oleh masyarakat karena popularitasnya yang tinggi di pasar. disebutkan bahwa merek terkenal memiliki nilai ekonomi yang tinggi karena telah membangun reputasi yang kuat. Contoh merek terkenal di Indonesia adalah *Aqua*, *Honda*,

³² Shofie, M. Y. *Hak Kekayaan Intelektual: Suatu Pengantar*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2018, hlm. 20

³³ Yahya Harahap, “*Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek di Indonesia*”, Citra Adhya Bakti, Jakarta, 2005, hlm. 63

dan *Nike*, yang memiliki daya tarik kuat dan sering kali menjadi sasaran pemalsuan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.

Jenis berikutnya adalah **Merek Sertifikasi**, yaitu merek yang digunakan untuk menunjukkan bahwa suatu produk atau jasa telah memenuhi standar tertentu yang ditetapkan oleh lembaga berwenang. Merek ini tidak dimiliki oleh satu perusahaan tertentu, tetapi diberikan kepada produk atau jasa yang telah lulus uji standar tertentu.

Contohnya adalah label *SNI (Standar Nasional Indonesia)* yang dikeluarkan oleh Badan Standardisasi Nasional (BSN) dan label *Halal* dari Majelis Ulama Indonesia (MUI).

Selain merek yang berbasis nama atau logo, ada juga **merek tiga dimensi**, yang merupakan merek dengan bentuk fisik tertentu yang khas dan dapat dikenali oleh konsumen.³⁴ Dalam buku *Hak Kekayaan Intelektual: Suatu Pengantar* karya M. Yusuf Shofie (2018), disebutkan bahwa merek tiga dimensi dapat berupa bentuk kemasan unik atau desain produk yang khas. Contoh dari merek tiga dimensi adalah bentuk botol khas *Coca-Cola* dan desain unik mobil *VW Beetle*.

Dengan perkembangan teknologi, muncul juga **merek suara dan hologram**, yang semakin banyak digunakan dalam strategi pemasaran. Merek suara dapat berupa jingle atau nada khas yang langsung diasosiasikan dengan

³⁴ Untung Suropati, "*Hukum Kekayaan Intelektual dan Alih Teknologi*", Universitas Satya Wacana Fakultas Hukum, Salatiga, 2003, hlm.56

suatu produk, seperti suara khas dalam iklan *Intel Inside*. Sementara itu, merek hologram digunakan untuk memberikan efek visual unik yang membedakan suatu produk dari pesaingnya.

C. TINJAUAN UMUM BENTUK-BENTUK PELANGGARAN MEREK

DAGANG

Merek dagang adalah tanda yang digunakan untuk membedakan barang atau jasa yang dihasilkan oleh suatu perusahaan. Dalam konteks hukum, pelanggaran merek dagang terjadi ketika pihak lain menggunakan merek yang sama atau mirip tanpa izin dari pemilik merek.

Merek dagang adalah simbol, kata, atau kombinasi keduanya yang digunakan untuk membedakan barang atau jasa dari satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Hak merek dagang memberikan pemiliknya hak eksklusif untuk menggunakan merek tersebut dalam perdagangan. Perlindungan merek dagang sangat penting untuk menjaga identitas dan reputasi bisnis, serta mencegah pihak lain memanfaatkan ketenaran atau kualitas yang sudah terbangun.

Di Indonesia, dasar hukum yang mengatur hak merek dagang terdapat dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Undang-undang ini memberikan landasan hukum bagi pemilik merek untuk melindungi haknya dan mengambil tindakan hukum terhadap pelanggaran yang terjadi.

Selain itu, Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) juga berperan penting dalam pengurusan pendaftaran merek dan penanganan kasus pelanggaran. DJKI bertanggung jawab atas pengelolaan dan pengaturan berbagai aspek yang terkait dengan Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI).³⁵

Dengan begitu, jika Anda mendaftarkan HAKI atas merek dagang Anda, merek dagang tersebut akan secara otomatis mendapatkan perlindungan hukum yang sah.

Ada beberapa bentuk-bentuk pelanggaran atas merek dagang antara lain sebagai berikut :

a. Penggunaan merek tanpa izin

Salah satu bentuk pelanggaran paling umum adalah penggunaan merek dagang tanpa izin. Hal ini terjadi ketika pihak ketiga menggunakan merek yang terdaftar untuk produk mereka sendiri. Hukum Penggunaan Merek Terdaftar Tanpa Izin. Berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU MIG) Pasal 1 angka 1, merek didefinisikan sebagai sebuah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis 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

³⁵ Rahmi Jened, *Hukum Merk Trademark LAW Dalam Era Global Integrasi Ekonomi*, Prenada Media Group, jakrta, 2018 hlm.6

perdagangan barang dan jasa.

Penggunaan merek tanpa izin ini juga bisa berdampak terhadap kerugian bagi konsumen. Penggunaan merek tanpa izin juga berdampak buruk bagi konsumen. Ketika merek yang tidak sah digunakan, konsumen dapat tertipu dengan produk yang tidak memenuhi standar kualitas. Hal ini dapat menyebabkan konsumen mengalami kerugian baik secara finansial maupun dalam hal kesehatan jika produk yang ditawarkan berkualitas rendah atau berbahaya.³⁶

Dan juga dampak hukum bagi pengguna merek tanpa izin. Dari perspektif hukum, penggunaan merek tanpa izin dapat dikenakan sanksi yang berat.³⁷

Pemilik merek yang merasa dirugikan memiliki hak untuk mengajukan gugatan hukum terhadap pihak yang melanggar bahwa pelanggaran ini tidak hanya berpotensi merugikan secara finansial, tetapi juga dapat mengakibatkan denda dan tuntutan ganti rugi.

b. Peniruan merek

Peniruan merek merupakan bentuk pelanggaran di mana suatu produk menggunakan nama, logo, atau desain yang mirip dengan merek terdaftar. Peniruan ini sering kali dilakukan untuk menipu konsumen agar mengira bahwa produk tersebut berasal dari merek yang terkenal.

³⁶Damain Eddy, *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*, Alumni, Bandung, 2002, hlm. 20

³⁷Lestari, A., *Perlindungan Hukum Merek*, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta, 2018, hlm. 40

Peniruan merek adalah tindakan di mana suatu pihak menggunakan merek yang sama atau sangat mirip dengan merek terdaftar tanpa izin dari pemilik merek tersebut. Tindakan ini sering kali bertujuan untuk mengecoh konsumen agar mengira bahwa produk yang ditawarkan berasal dari merek yang terkenal. Peniruan merek dapat merugikan pemilik merek, baik dari segi finansial maupun reputasi.

Ada beberapa bentuk peniruan merek yang umum terjadi, di antaranya adalah penggunaan nama merek, logo, atau desain kemasan yang serupa. Peniruan ini dapat terjadi secara langsung maupun tidak langsung. Dalam banyak kasus, peniru berusaha untuk memanfaatkan reputasi merek yang sudah dikenal untuk menarik perhatian konsumen.

Dampak dari peniruan merek sangat beragam. Di sisi pemilik merek, tindakan ini dapat mengurangi penjualan dan merusak citra merek. Hal ini juga berdampak pada konsumen, yang mungkin mendapatkan produk berkualitas rendah yang tidak sesuai dengan ekspektasi mereka. Dijelaskan bahwa peniruan merek dapat menyebabkan kerugian finansial dan kehilangan kepercayaan di pasar.³⁸

Pemilik merek memiliki hak untuk menuntut pihak yang melakukan peniruan. Mereka dapat mengajukan gugatan di pengadilan untuk mendapatkan ganti rugi dan menghentikan praktik peniruan tersebut bahwa

³⁸ Rudi S, *Hukum Merek di Indonesia*,sala tiga,bandung ,2021,hlm,20

penegakan hukum yang tegas dapat menjadi langkah efektif untuk melindungi merek dari peniruan dan pelanggaran.

Kesadaran hukum mengenai peniruan merek sangat penting bagi para pelaku usaha dan konsumen.³⁹ Edukasi tentang hak-hak merek dan konsekuensi hukum dari peniruan dapat membantu mencegah terjadinya pelanggaran. bahwa dengan meningkatkan pemahaman tentang merek, kita dapat menciptakan lingkungan bisnis yang lebih sehat dan adil.

c. Pendaftaran merek palsu

Salah satu bentuk pelanggaran yang lebih serius adalah pendaftaran merek palsu bahwa pihak ketiga yang mendaftar merek yang sudah terdaftar atas nama orang lain dapat dikenakan sanksi hukum. Pendaftaran merek palsu adalah tindakan mendaftarkan merek yang telah terdaftar atas nama orang lain atau merek yang tidak ada hubungannya dengan produk yang dijual. Tindakan ini bertujuan untuk memperoleh keuntungan secara ilegal dengan memanfaatkan reputasi merek yang sudah ada. Dalam konteks hukum, pendaftaran merek palsu dapat dikenakan sanksi yang berat, termasuk denda dan pencabutan hak merek.

Pendaftaran merek palsu sering kali dilakukan oleh pihak-pihak yang ingin menipu konsumen atau mengambil keuntungan dari merek terkenal. Misalnya, sebuah perusahaan mungkin mendaftarkan merek yang mirip

³⁹ Etty Susilowati, “*Perlindungan Hukum Atas Merek Bunga Rampai Hak Kekayaan Intelektual*”, Fakultas Hukum Universitas Diponegoro, Semarang, 2010, hlm. 2

dengan merek terkenal untuk menjual produk tiruan.⁴⁰ Praktik ini tidak hanya merugikan pemilik merek yang sah, tetapi juga membingungkan konsumen yang mungkin mengira bahwa produk tersebut berasal dari merek yang terpercaya.

Salah satu contoh nyata pendaftaran merek palsu terjadi di industri fashion, sebuah perusahaan mendaftarkan merek "XYZ" yang sangat mirip dengan merek terkenal "XZY Fashion". Konsumen yang tidak teliti mungkin membeli produk dari merek palsu ini, berpikir mereka membeli barang asli.⁴¹ Hal ini merugikan pemilik merek asli dan menciptakan kerugian finansial bagi mereka.

Dari sisi hukum, pendaftaran merek palsu dapat dianggap sebagai tindakan penipuan. Pemilik merek yang merasa dirugikan dapat mengajukan gugatan hukum untuk melindungi hak mereka. Dalam banyak kasus, pengadilan dapat memutuskan untuk menghapus pendaftaran merek palsu tersebut dan memberikan ganti rugi kepada pemilik merek yang sah. Ini menegaskan pentingnya perlindungan hukum terhadap merek dagang.

Kerugian yang dialami pemilik merek akibat pendaftaran merek palsu tidak hanya bersifat finansial, tetapi juga reputasional. Ketika produk palsu beredar di pasaran, citra merek asli dapat tercemar, dan konsumen mungkin

⁴⁰ Casavera, "Delapan Kasus Sengketa Merek di Indonesia Suatu Tinjauan Yuridis", Graha Ilmu, Yogyakarta, 2009, hlm. 50

⁴¹ Afif, Muhamad Shafwan, Sugiyono, Heru (2021). *Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Merek Terkenal Di Indonesia*. Jurnal USM Law Review, Vol. 4,

kehilangan kepercayaan. Sebagai contoh, jika produk palsu berkualitas rendah menggunakan merek terkenal, hal ini dapat mengakibatkan penurunan penjualan untuk produk asli.

Untuk mencegah pendaftaran merek palsu, penting bagi pemilik merek untuk melakukan pendaftaran merek secara resmi dan memantau penggunaan merek di pasar. Selain itu, mereka juga dapat berkolaborasi dengan lembaga pemerintah untuk mendeteksi dan menghentikan praktik ilegal ini. Kesadaran akan pentingnya perlindungan merek harus ditingkatkan di kalangan pelaku usaha.

Edukasi kepada konsumen juga merupakan langkah penting untuk mencegah kerugian akibat pendaftaran merek palsu. Konsumen perlu dilatih untuk mengenali produk asli dan membedakannya dari produk tiruan. Misalnya, mereka dapat diajarkan untuk memeriksa label dan sertifikat keaslian produk sebelum membeli. Ini membantu menciptakan pasar yang lebih transparan.

Di tingkat internasional, kasus pendaftaran merek palsu juga sering terjadi. Di industri kosmetik, merek terkenal sering menjadi target pendaftaran merek palsu di negara-negara dengan pengawasan merek yang lemah. Hal ini menunjukkan bahwa pendaftaran merek palsu adalah masalah global yang memerlukan perhatian dan tindakan bersama dari semua pihak.

Penegakan hukum yang tegas terhadap pendaftaran merek palsu sangat diperlukan untuk melindungi hak-hak pemilik merek. Negara harus memiliki regulasi yang jelas dan lembaga yang efektif untuk menangani kasus-kasus pelanggaran merek. Dengan demikian, diharapkan praktik ilegal ini dapat diminimalisir, dan pasar dapat menjadi lebih adil bagi semua pelaku usaha.

d. Penjualan barang tiruan

Penjualan barang tiruan yang menggunakan merek dagang terdaftar juga merupakan bentuk pelanggaran. Hal ini sering terjadi di pasar gelap dan dapat merugikan pemilik merek tindakan ini tidak hanya melanggar hukum, tetapi juga merugikan konsumen.⁴²

Barang tiruan merujuk pada produk yang diproduksi dan dipasarkan dengan menggunakan merek yang sama atau mirip dengan merek terdaftar tanpa izin dari pemilik merek. Dalam UU No. 20 Tahun 2016, tindakan ini dianggap sebagai pelanggaran terhadap hak merek dan dapat dikenakan sanksi hukum. Penjualan barang tiruan merupakan praktik ilegal yang merugikan pemilik merek dan konsumen.

UU No. 20 Tahun 2016 mengatur berbagai aspek terkait merek, termasuk larangan penjualan barang tiruan. Pasal 95 menyatakan bahwa setiap orang dilarang untuk menggunakan merek terdaftar yang bukan

⁴² Yulianto, *Hukum Merek dan Paten*, pt, alumni, bandung, 2020, hlm.42

miliknya untuk barang dan/atau jasa yang sama atau sejenis. Hal ini menegaskan komitmen hukum untuk melindungi merek dan mencegah praktik penipuan.

Penjualan barang tiruan dapat berdampak negatif pada pemilik merek, baik dari segi finansial maupun reputasi. Penurunan penjualan produk asli dapat mengakibatkan kerugian yang signifikan. Selain itu, reputasi merek juga dapat tercemar jika barang tiruan berkualitas rendah dipasarkan menggunakan merek yang sama atau mirip.

Bagi konsumen, membeli barang tiruan berarti berisiko mendapatkan produk yang tidak sesuai dengan harapan, baik dari segi kualitas maupun keamanan dan dalam kenyamanan

Dalam banyak kasus, barang tiruan tidak memenuhi standar yang ditetapkan, sehingga dapat membahayakan pengguna. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi konsumen untuk membedakan produk asli dari tiruan.⁴³

Pasal 100 UU No. 20 Tahun 2016 mengatur sanksi bagi pihak yang terbukti melakukan penjualan barang tiruan. Sanksi tersebut dapat berupa denda dan hukuman penjara. Hal ini menunjukkan bahwa hukum Indonesia serius dalam menangani masalah pelanggaran merek dan perlindungan konsumen.

⁴³ Nafri, M. (2018). Perlindungan Hukum Terhadap Pemalsuan Merek Dagang Terkenal Asing Di Indonesia. Maleo Law Jurnal. Vol. 2, (No.1)

D. TINJAUAN UMUM PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP MEREK DAGANG

Menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (KBBI) perlindungan hukum adalah tempat berlindung, perbuatan (hal dan sebagainya) melindungi. Berlindung, perbuatan (hal dan sebagainya) melindungi. Secara bahasa makna kata perlindungan memiliki kemiripan beberapa unsur, yaitu unsur tindakan melindungi, unsur cara-cara melindungi. Dengan begitu, kata melindungi dari pihak-pihak tertentu dengan menggunakan cara tertentu.⁴⁴

Mengutip buku *Perlindungan Hukum Terhadap Benda Sitaan Dalam Sistem Peradilan Pidana* oleh Chaerul Amir, perlindungan hukum dapat diartikan sebagai:

Segala upaya yang dilakukan pemerintah untuk menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada warga negaranya agar hak-haknya sebagai seorang warganegara tidak dilanggar, dan bagi yang melanggarnya akan dapat dikenakan sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Merek memegang peranan penting dalam perkembangan ekonomi global, dan keberadaan merek itu sendiri berguna untuk membedakan produk sejenis. Jika pemilik merek belum terdaftar atau belum memperoleh lisensi, ia dapat merugikan dirinya sendiri karena persaingan komersial yang

⁴⁴ Redaksi kumparan, pengertian perlindungan hukum menurut para ahli, link akses, (<https://kumparan.com/pengertian-dan-istilah/pengertian-perlindungan-hukum-menurut-para-ahli-dan-jenisnya-20zhKhbmUBh/3,di> akses pada 10 maret 2025, 16.44)

semakin ketat dan adanya penipuan atau peniruan terhadap barang bermerek tersebut.⁴⁵

Perlindungan hukum terhadap merek dagang sangat penting untuk menjaga hak pemilik merek. Dengan adanya perlindungan, pemilik merek dapat mencegah penggunaan merek mereka oleh pihak lain tanpa izin. bahwa perlindungan ini tidak hanya melindungi hak pemilik, tetapi juga melindungi konsumen dari produk palsu dan berkualitas rendah.

Prinsip konstitutif (pendaftaran) dan first-to-file adalah dasar perlindungan merek dagang di Indonesia. Ini berarti merek dagang hanya dapat dilindungi jika didaftarkan di Kementrian Hukum dan Hak Asasi Manusia. Dalam kasus ini, Direktorat Kekayaan Intelektual bertanggung jawab untuk melakukannya. Pelaku IKM yang memiliki barang atau jasa yang menggunakan merek dagang tetapi tidak terdaftar akan kehilangan perlindungan hukum atas merek tersebut.⁴⁶

Perlindungan hukum tentang merek dan indikasi geografis dalam UU No.20 tahun 2016 dibuat dengan pertimbangan bahwa di dalam era perdagangan global, sejalan dengan konvensi internasional yang telah diratifikasi Indonesia.

⁴⁵ Ndrie Budiman, Nurwati dan, Aal Lukmanul Hakim, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek Dagang Pada Industri Kecil Menengah (Ikm)* Pangandi Kabupaten Bogor, Vol,7,No.1,(Jurnal Hukum,2021),Hlm.5

⁴⁶Anik Anekawati,*pedoman hak kekayaan intelektual*,universitas wiraja,pt.alumni,madura,2020,hlm,19

Jangka waktu perlindungan merek yang terdaftar mendapatkan perlindungan hukum untuk jangka waktu 10 tahun sejak tanggal penerimaan permohonan pendaftaran merek yang bersangkutan dan jangka waktu perlindungan itu dapat diperpanjang.⁴⁷

peranan Merek dan Indikasi Geografis menjadi sangat penting terutama dalam menjaga persaingan usaha yang sehat, berkeadilan, perlindungan konsumen, serta perlindungan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dan industri dalam negeri.

bahwa untuk lebih meningkatkan pelayanan dan memberikan kepastian hukum bagi dunia industri, perdagangan, dan investasi dalam menghadapi perkembangan perekonomian lokal, nasional, regional, dan internasional serta perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, perlu didukung oleh suatu peraturan perundang-undangan di bidang Merek dan Indikasi Geografis yang lebih memadai; bahwa dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001.

Tentang Merek masih terdapat kekurangan dan belum dapat menampung perkembangan kebutuhan masyarakat di bidang Merek dan Indikasi Geografis serta belum cukup menjamin perlindungan potensi ekonomi lokal dan nasional sehingga perlu diganti. Pembuatan Undang-Undang No. 20 tahun 2016 ini juga memiliki tujuan bahwa di era globalisasi

⁴⁷ Rahmi Mulyati, *perlindungan hukum merek terkenal untuk barang/atau jasa tidak sejenis dalam hukum merek di Indonesia*, kencana, Jakarta, 2023, hlm, 30

ini, berbagai teknologi sudah semakin canggih yang dapat dimanfaatkan untuk mempermudah serta memenuhi kebutuhan manusia terutama dalam negeri.

bahwa untuk lebih meningkatkan pelayanan dan memberikan kepastian hukum bagi dunia industri, perdagangan, dan investasi dalam menghadapi perkembangan perekonomian lokal, nasional, regional, dan internasional serta perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, perlu didukung oleh suatu peraturan perundang-undangan di bidang Merek dan Indikasi Geografis yang lebih memadai; bahwa dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001.

Tentang Merek masih terdapat kekurangan dan belum dapat menampung perkembangan kebutuhan masyarakat di bidang Merek dan Indikasi Geografis serta belum cukup menjamin perlindungan potensi ekonomi lokal dan nasional sehingga perlu diganti. Pembuatan Undang-Undang No. 20 tahun 2016 ini juga memiliki tujuan bahwa di era globalisasi ini, berbagai teknologi sudah semakin canggih yang dapat dimanfaatkan untuk mempermudah serta memenuhi kebutuhan manusia terutama dalam factor ekonomi.⁴⁸

⁴⁸ Jeane Neltje Saly, Aurelia Jessica Mavelynn, Eileen Carsnelly, Jedyzha Azzariel Priliska, Puja Ayu Purwanti, dan Grace Mercy Dina Manoppo, *Kajian Hukum Merek Sesuai Undang Undang nomor 20 Tahun 2016* (Studi Kasus No. 57/Pdt.Sus-HKI/2019/PN Niaga.Jkt.Pst), Vol.1, No.2, (Jurnal Multidisiplin Teknologi Dan Arsitektur), Hlm.374

Berbagai negara sudah banyak yang mengandalkan kegiatan ekonomi serta perdagangannya kepada produk-produk yang telah di hasilkan dengan bantuan teknologi tersebut. Dengan memproduksi suatu produk, tentu ada komponen penting yang harus disertakan salah satunya merek, dengan tujuan agar produk tersebut dapat dikenal secara luas dan juga menjadi identitas dari produk yang diproduksi tersebut.

Kegiatan perdagangan barang maupun jasa tentu dapat terjadi dengan melintasi batas suatu wilayah sehingga pembuatan mekanisme pendaftaran merek internasional menjadi salah satu sistem yang seharusnya dapat digunakan guna melindungi suatu merek nasional di dunia internasional dengan tujuan agar dapat menyesuaikan dengan ketentuan perjanjian internasional yang telah diratifikasi.

Adapun hal yang dilakukan demi meningkatkan hal pelayanan kepada masyarakat pemohon merek dalam melakukan pendaftaran merek berupa pemberian kemudahan dalam pengajuan permohonan dengan cukup mengisi formulir permohonan, melampirkan label atau contoh merek yang dimohonkan pendaftaran, serta membayar biaya permohonan.

Jika pemohon merek sudah memenuhi kelengkapan persyaratan minimum permohonan tersebut, suatu permohonan merek akan diberikan tanggal penerimaan atau filling date.

Adanya perubahan terhadap alur proses pendaftaran merek dalam undang-undang ini memiliki tujuan agar lebih mempercepat penyelesaian

proses suatu pendaftaran merek dan juga lebih memberikan perlindungan hukum terhadap pemilik merek tersebut yang telah terdaftar. Nyatanya setelah uu ini terbentuk, tetap masih ada kasus di dalam negeri terkait merek dagang yang serupa atau sama.

Hal ini sangat merugikan bagi para pemilik merk dagang contohnya dalam kasus “I am Geprek Benu VS Geprek Benu”. Undang-Undang ini ditetapkan dengan nama Undang-Undang Merk Indikasi Geografis dikarenakan mengingat adanya Indikasi Geografis merupakan potensi nasional yang dapat menjadi komoditas unggulan, baik dalam perdagangan domestik maupun internasional.

1. Sitem Pendaftaran Hak Atas Merek

Dalam perdagangan barang dan jasa, merek memiliki daya membedakan. Anda dapat menggambarkan tanda-tanda tersebut secara visual atau menggunakan huruf atau angka untuk membuatnya mudah diingat. (tertulis), seperti kata, gambar, logo, suara yang ditransmisikan melalui angka atau notasi dalam balok, hologram, juga dalam tiga dimensi.

Tanda merek yang dilindungi diperlukan untuk menghindari interaksi dengan jenis produknya, baik barang maupun jasa, tidak rumit dan tidak bertentangan dengan peraturan umum. Selain itu, suatu merek diharapkan tidak identik, meniru, atau menjiplak merek atau lambang organisasi atau

negara lain, bendera, serta merek, yang juga merupakan nama perusahaan.⁴⁹

Hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam daftar merek untuk menggunakan merek mereka sendiri untuk jangka waktu tertentu atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakan merek dagang dan merek jasa (Pasal 3 UUM). Merek yang terdaftar dapat diberikan izin ini. Untuk memperoleh hak atas merek, pendaftaran merek diperlukan dalam sistem konstitutif.⁵⁰

Tanpa pendaftaran, negara tidak akan memberikan hak atas merek kepada pemilik merek. Hal ini berarti tanpa mendaftarkan merek, seseorang tidak akan diberikan perlindungan hukum oleh negara apabila mereknya ditiru oleh orang lain.

Pendaftaran terhadap merek melalui syarat dan permohonan menurut undang-undang nomor 20 tahun 2016. yang dimana pada pasal 3 disebutkan Hak atas Merek diperoleh setelah Merek tersebut terdaftar dan pada pasal 4 disebutkan.;

- 1) Permohonan pendaftaran Merek diajukan oleh Pemohon atau Kuasanya kepada Menteri secara elektronik atau non-elektronik dalam bahasa Indonesia
- 2) Dalam Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus

⁴⁹ Freddy Harris, *modul kekayaan intelektual lanjutan bidang merek dan indikasi geografis*, Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, Jakarta, 2020, hlm, 11

⁵⁰ Hery Firmansyah, *perlindungan hukum terhadap merek*, medpres digital, Yogyakarta, 2013, hlm, 81

mencantumkan:

- a. tanggal, bulan, dan tahun Permohonan
 - b. nama lengkap, kewarganegaraan, dan alamat Pemohon;
 - c. nama lengkap dan alamat Kuasa jika Permohonan diajukan melalui Kuasa;
 - d. warna jika Merek yang dimohonkan pendaftarannya menggunakan unsur warna;
 - e. nama negara dan tanggal permintaan Merek yang pertama kali dalam hal Permohonan diajukan dengan Hak Prioritas; dan
 - f. kelas barang dan/atau kelas jasa serta uraian jenis barang dan/atau jenis jasa
- 3) Permohonan ditandatangani Pemohon atau Kuasanya.
 - 4) Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilampiri dengan label Merek dan bukti pembayaran biaya
 - 5) Biaya Permohonan pendaftaran Merek ditentukan per kelas barang dan/atau jasa
 - 6) Dalam hal Merek sebagaimana dimaksud pada ayat (4) berupa bentuk 3 (tiga) dimensi, label Merek yang dilampirkan dalam bentuk karakteristik dari Merek tersebut
 - 7) Dalam hal Merek sebagaimana dimaksud pada ayat (4) berupa suara, label Merek yang dilampirkan berupa notasi dan rekaman suara.
 - 8) Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib dilampiri

dengan surat pernyataan kepemilikan Merek yang dimohonkan pendaftarannya.

- 9) Ketentuan lebih lanjut mengenai biaya Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (5) diatur dengan Peraturan Pemerintah

2. Pelanggaran Dan Sanksi

Ada dua macam pemeriksaan kasus pelanggaran jika salah satu cara terpenuhi, penggugat akan menang. Penggugat harus membuktikan bahwa merek tergugat. Memiliki persamaan pada pokoknya terhadap merek yang dimiliki penggugat. Persamaan yang menyesatkan konsumen pada saat membeli produk jasa tergugat. Pelanggaran merek dilakukan dengan cara:

- 1) Mendapat keuntungan secara mudah, mencoba meniru, atau memalsukan merek-merek yang sudah terkenal.
- 2) Ketentuannya : pidana, perdata maupun administrasi negara, bahkan bisa merupakan tindakan pencegahan non yuridis

Sanksi terhadap pelanggaran terhadap merek di atur pada pasal 100 uu nomor 20 tahun 2016 yang dimana di atur.

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan Merek yang sama pada keseluruhannya dengan Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

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

Pada pasal 101 dan 102 di sebutkan juga;

4. Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan tanda yang mempunyai persamaan pada keseluruhan dengan Indikasi Geografis milik pihak lain untuk barang dan/atau produk yang sama atau sejenis dengan barang dan/atau produk yang terdaftar, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).
5. Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan tanda yang mempunyai persamaan pada pokoknya dengan Indikasi Geografis

milik pihak lain untuk barang dan/atau produk yang sama atau sejenis dengan barang dan/atau produk yang terdaftar, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

Setiap Orang yang memperdagangkan barang dan/atau jasa dan/atau produk yang diketahui atau patut diduga mengetahui bahwa barang dan/atau jasa dan/atau produk tersebut merupakan hasil tindak pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 100 dan Pasal 101 dipidana dengan pidana kurungan paling lama 1 (satu) tahun atau denda paling banyak Rp200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah)

3. Peralihan Merek

Peralihan terhadap merek dapat dilakukan dengan cara, berdasarkan Pasal 41 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, hak atas merek terdaftar tersebut dapat beralih atau dialihkan hanya karena hal-hal berikut.

1. Pewarisan
2. Wasiat
3. Hibah
4. Perjanjian, atau
5. Sebab-sebab lain yang dibenarkan oleh Peraturan Perundang-Undangan

Pengalihan hak atas merek terdaftar adalah proses perpindahan hak kepemilikan atas merek dari pemilik hak merek yang saat ini ke pihak lain. Hal ini mencakup penjualan, pengalihan, lisensi, atau pemindahan hak kepemilikan merek kepada pihak ketiga. Pengalihan hak merek dapat mencakup hak eksklusif untuk menggunakan merek, hak untuk menuntut pelanggaran merek, dan hak untuk memanfaatkan merek dalam hubungan dengan produk atau jasa tertentu. Ada beberapa cara berbeda untuk mengalihkan hak atas merek terdaftar, termasuk:

1. Penjualan Hak Merek: Ini melibatkan penjualan hak kepemilikan merek dari pemilik hak merek yang saat ini. Kepada pihak ketiga. Pihak ketiga kemudian memiliki hak eksklusif untuk menggunakan merek tersebut.⁵¹
2. Lisensi Merek: Dalam lisensi merek, pemilik hak merek memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakan merek tersebut dalam hubungan dengan produk atau jasa tertentu. Lisensi dapat bersifat eksklusif (hanya satu pihak yang mendapatkan izin) atau non-eksklusif (banyak pihak yang mendapatkan izin).
3. Ganti rugi hak merek : dalam beberapa kasus, pemilik merek dapat membeberkan hak kepada pihak lain sebagai Ganti rugi atau dalam

⁵¹ Bernard Nainggolan, *hukum kekayaan intelektual*, Publika Global Media, Yogyakarta, 2022, hlm, 88

konteks perjanjian hukum tertentu

Berdasarkan Pasal 41 ayat (3) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, permohonan pengalihan hak atas merek harus disertai dengan dokumen yang mendukungnya. Dalam kasus pengalihan merek berdasarkan pewarisan, wasiat, atau hibah, perlu diperhatikan bahwa dokumen-dokumen yang berkaitan dengan bentuk pengalihan itu terkait dengan peristiwa pengalihan hak tersebut dengan berbagai pilihan terhadap kaidah dan akibat hukum yang ditim.⁵²

E. TINJAUAN UMUM PENYELESAIAN HUKUM TERHADAP PELANGGARAN MEREK DAGANG

Penyelesaian hukum terhadap pelanggaran merek dagang merupakan suatu proses yang penting untuk melindungi hak-hak pemilik merek. Berdasarkan UU No. 20 Tahun 2016, pelanggaran merek dapat berupa penggunaan merek terdaftar tanpa izin, pendaftaran merek palsu, atau peniruan merek. Dalam konteks ini, pemilik merek memiliki hak untuk mengambil tindakan hukum guna melindungi kepentingan mereka.

Merek merupakan hal penting di dalam perdagangan. Dengan adanya merek, suatu produk dapat dikenali dengan para konsumennya. Sehingga para produsen di dalam hal ini harus memiliki eksklusif untuk mendapatkan

⁵² Rifzki Dhian Pramuvti, Dan Kholis Roisah, *Akibat Hukum Pengalihan Hak Atas Merek Terdaftar Berdasarkan Akta Hibah Wasiat*, Vol.11, No.1, (Jurnal Notarius), Hlm.131

pengakuan bahwa merek tersebut merupakan produknya dan pihak lain tidak boleh menggunakannya tanpa seijin dari pemiliknya.

Salah satu cara untuk menyelesaikan sengketa merek adalah melalui jalur litigasi. Proses ini dimulai dengan pengajuan gugatan ke pengadilan oleh pemilik merek yang merasa dirugikan. Bahwa penggugat harus menyertakan bukti yang cukup untuk mendukung klaim mereka. Proses litigasi sering kali memakan waktu dan biaya, tetapi dapat memberikan hasil yang mengikat secara hukum.⁵³

Untuk memfasilitasi kepentingan ini, pemerintah mewujudkannya di dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Selain itu, peraturan ini dibuat untuk memberikan perlindungan hukum bagi masyarakat. Namun, meskipun sudah ada peraturan untuk merek, masih banyak permasalahan yang muncul terkait merek. Dimana terjadi sengketa penggunaan suatu merek yang sama antar pelaku usaha satu dengan lain.⁵⁴ Berdasarkan pasal 83 ayat (1) UU 20/2016, pemilik merek terdaftar dapat mengajukan gugatan terhadap pihak lain yang secara tanpa hak menggunakan Merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya untuk barang dan/atau jasa yang sejenis berupa gugatan ganti rugi atau penghentian

⁵³ Hadjon, *Perlindungan Hukum bagi HAKI di Indonesia*, Penerbitan Perdapan, Bandung, 2007, hlm. 19

⁵⁴ Putu Wisnu Karma dan Ketut Artadi, *Arbitrase Sebagai Upaya Penyelesaian Sengketa di Luar Pengadilan Dalam Sengketa Hak Kekayaan Intelektual*, Kertha Wicara, Vol. 07, No. 01, 2018, hlm. 8)

semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek tersebut. Gugatan tersebut diajukan kepada Pengadilan Niaga.⁵⁵

Selain penyelesaian gugatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 83 para pihak dapat menyelesaikan sengketa melalui arbitrase atau alternatif penyelesaian sengketa (Pasal 93 UU 20/2016). Sehingga berdasarkan rumusan ketentuan tersebut perihal penyelesaian sengketa, tidak ada kewajiban dari pihak-pihak agar sengketanya diselesaikan dengan upaya litigasi atau penyelesaian sengketa di dalam pengadilan.

Penyelesaian sengketa dapat dilakukan melalui jalur nonlitigasi dan berpedoman pada Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa.

1. Arbitrase

Arbitrase menurut Pasal 1 angka 1 UU 30/1999 adalah cara penyelesaian suatu sengketa perdata di luar peradilan umum yang didasarkan pada perjanjian arbitrase yang dibuat secara tertulis oleh para pihak yang bersengketa.

Pada perkara yang telah berklausula arbitrase, pengadilan tidak memiliki hak untuk turut serta dalam memproses perkara. Pengadilan hanya memiliki hak terhadap eksekusi dari putusan terhadap perkara yang telah diputus melalui arbitrase.

⁵⁵ Saidin, H. O. *Aspek Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual*, Rajawali Pers, Jakarta, 2007, hlm.35

Pelanggaran merek dapat terjadi dalam berbagai bentuk jenis pelanggaran ini dapat dibedakan menjadi pelanggaran langsung dan tidak langsung. Pelanggaran langsung terjadi ketika pihak ketiga secara jelas menggunakan merek terdaftar tanpa izin, sedangkan pelanggaran tidak langsung dapat meliputi penggunaan merek yang mirip yang dapat membingungkan konsumen.⁵⁶

Penyelesaian Sengketa Merek dan Indikasi Geografis Pasal 93 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (“UU MIG”) mengatur bahwa selain penyelesaian sengketa melalui Pengadilan Niaga para pihak dapat menyelesaikan sengketa melalui arbitrase atau alternatif penyelesaian sengketa

Sebagai alternatif dari litigasi, mediasi dapat digunakan untuk menyelesaikan sengketa merek. Mediasi melibatkan pihak ketiga yang netral untuk membantu para pihak mencapai kesepakatan.

disebutkan bahwa mediasi dapat menjadi pilihan yang lebih cepat dan hemat biaya dibandingkan dengan litigasi. Hasil mediasi bersifat fleksibel dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan kedua belah pihak.

⁵⁶ Firmansyah, H. *Perlindungan Hukum Terhadap Merek*. Penerbit Pustaka Yustisia. Yogyakarta. 2011, hlm. 34

BAB III

PENYELESAIAN ATAS PELANGGARAN MEREK DAGANG DI INDONESIA

Merek dagang adalah tanda yang digunakan oleh pelaku usaha untuk membedakan produk atau jasa yang mereka tawarkan dari produk atau jasa lainnya. Di Indonesia, merek dagang diatur dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Penyelesaian terhadap pelanggaran merek dagang seperti dalam kasus yang saya analisis dari beberapa putusan kasus dari MS GLOW dan MS GLOW. Dari gugatan di pengadilan niaga sampai ke kasasi di Mahkamah Agung.

A. Bentuk-Bentuk Pelanggaran Merek dagang yang sering terjadi di Indonesia

Pelanggaran merek dagang di Indonesia merupakan isu yang cukup serius, mengingat pentingnya perlindungan hak kekayaan intelektual. Berbagai bentuk pelanggaran sering terjadi, yang dapat merugikan pemilik merek serta membingungkan konsumen. Setelah melakukan penelitian di Komenkumham Aceh, dengan melakukan wawancara dengan bapak Reza Nazriandi, sebagai PPNS di kantor komenkumham Aceh, Berikut adalah beberapa bentuk pelanggaran merek yang umum ditemui di Indonesia.

- a. Peniruan merek atau "passing off" adalah praktik di mana suatu produk menggunakan desain, logo, atau elemen merek lain yang sangat mirip dengan merek terdaftar. Meskipun tidak menggunakan merek yang sama, peniruan ini dapat menyebabkan kebingungan di pasar. Pelanggaran jenis ini sering kali

sulit dibuktikan, tetapi tetap merugikan pemilik merek. bentuk peniruan yang sering terjadi di Indonesia, dengan meniru merek berupa logo atau nama yang sama, bentuk pelanggaran merek ini sering terjadi di Indonesia.⁵⁷ Dalam kasus MS glow dan PS glow terjadi pelanggaran tersebut peniruan merek barang/jasa kelas 3 (kosmetik)

- b. Produk tiruan atau palsu yang dipasarkan dengan merek yang sama atau mirip adalah bentuk pelanggaran serius yang banyak terjadi di Indonesia. Produk-produk ini sering kali dijual dengan harga yang lebih rendah, menarik konsumen yang tidak menyadari bahwa mereka membeli barang tiruan. Penjualan barang tiruan merugikan pemilik merek dan dapat mengurangi kepercayaan konsumen terhadap merek asli. bentuk pelanggaran ini juga sering terjadi di Indonesia dengan meniru produk terus menjual dengan harga yang lebih murah.
- c. Salah satu bentuk pelanggaran yang paling umum adalah penggunaan merek terdaftar tanpa izin dari pemiliknya. Hal ini terjadi ketika pihak ketiga menggunakan merek yang sama atau mirip untuk produk atau jasa yang sejenis. Penggunaan tanpa izin ini dapat menimbulkan kebingungan di kalangan konsumen, sehingga merugikan pemilik merek yang sah. bentuk pelanggaran ini juga sering terjadi dengan menggunakan merek yang sudah terdaftar.

⁵⁷ Reza nazriandi, ppns, kumenkumham aceh, wawancara 5 mei 2025, jam 10.00 wib

Berdasarkan wawancara dan penelitian terdapat juga beberapa factor yang menyebabkan pelanggaran merek dagang, beberapa factor tersebut antara lain kurangnya pemahaman masyarakat terhadap hak kekayaan intelektual, kurangnya kesadaran dari masyarakat, dan ada niatan dari masyarakat itu sendiri yang ingin meniru untuk mencari keuntungan dalam meniru merek dagang yang udah terkenal⁵⁸

Dan juga berdasarkan penelitian saya, yang menggunakan nama merek yang sama. Untuk mengetahui dari pandangan cosumen terhadap produk atau merek yang sama seperti apakah berpengaruh terhadap masyarakat yang membeli produk tersebut, setelah melakukan penelitian, menemukan poin-poin penting seperti berikut

- 1) Masyarakat yang membeli produk dengan merek yang sama merasa tidak puas dengan kualitas produk yang mereka beli sebelumnya
- 2) Ada juga masyarakat yang tidak mengetahui produk tersebut sama atau tidak seperti yang mereka gunakan sebelumnya
- 3) Pengalaman dalam membeli produk dari merek yang sama, yang kurang bagus

B. Manakah Ketentuan Hukum Yang Dapat Memberikan Perlindungan Yang Memadai Bagi Pemilik Merek Dagang Terhadap Tindakan Pelanggaran

Di Indonesia, perlindungan merek dagang diatur oleh Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Ketentuan hukum ini

⁵⁸ Reza nazriandi, ppns, kumenkumham aceh, wawancara 5 mei 2025, jam 10.00 wib

dirancang untuk memberikan perlindungan maksimal bagi pemilik merek, memastikan bahwa mereka memiliki hak eksklusif atas penggunaan merek yang telah didaftarkan. Namun, pertanyaan penting yang muncul adalah sejauh mana ketentuan hukum ini efektif dalam melindungi pemilik merek dari tindakan pelanggaran.

Berdasarkan penelitian dan wawancara yang dilakukan di kantor Komenkumham Aceh, pemilik merek pertama yang sudah mendaftarkan mereknya adalah pemilik yang sah dari merek tersebut, Berdasarkan wawancara saya dengan PPNS Komenkumham Aceh, Yang telah melanggar pasal 100 ayat 1 undang-undang nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis disebutkan, setiap orang yang tanpa hak menggunakan merek yang sama pada keseluruhan dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dapat dipidana penjara paling lama 5 tahun dan/atau denda paling banyak Rp 2 miliar. Dari penelitian saya dan analisis kasus dari MS GLOW dan PSTORE GLOW yang dimana dalam kasus ini ada beberapa putusan dari pengadilan, dan tiap pengadilan dari Pn Medan dan Pn Surabaya dan sampai kasasi ke Mahkamah Agung Mahkamah Agung putusan Nomor 161 K/Pdt.Sus-HKI/2023, yang dimana di menangkan oleh pihak dari MS GLOW dan pihak dari PSTORE GLOW di hukum membayar ganti rugi secara materiil sebesar Rp47.333.192.813,33 (empat puluh tujuh miliar tiga ratus tiga puluh tiga juta seratus Sembilan puluh dua ribu delapan ratus tiga belas rupiah

dan tiga puluh tiga sen) dan secara kerugian immaterial yang sebesar Rp500.000.000.000,00 (lima ratus miliar rupiah) berdasarkan penelitian dan analisis kasus ini dari kasus ini tidak hanya melanggar pasal 100 ayat (1) UU Nomor 20 Tahun 2016, juga ada pasal lain pasal 21 ayat (1) pasal ini mengatur tentang asas first to file dalam pendaftaran merek. Asas ini menyatakan bahwa pemilik merek yang terdaftar pertama kali yang memiliki hak atas merek tersebut dan juga pasal 83 UU merek dalam kasus MS GLOW dan PS GLOW, MS GLOW terdaftar lebih dahulu, sehingga dianggap memiliki hak atas merek tersebut.

Dan juga berdasarkan penelitian dan wawancara yang dilakukan di kantor Komenkumham Aceh mengenai ketentuan hukum yang memadai bagi pemilik merek dagang terhadap Tindakan pelanggaran cukup memadai, tetapi dengan ketidak tahuan masyarakat dan ketidak pedulian menyebabkan masih terjadinya juga pelanggaran merek dagang. Dalam wawancara dan penelitian di kantor komenkumham aceh, berdasarkan wawancara dengan Ibu Erdiana dan Bapak Reza Nazriandi ada beberapa poin dari wawancara ini mengenai ketentuan hukum yang memberikan perlindungan yang memadai bagi si pemilik merek terhadap pelanggaran berikut penyelesaian dan penjelasan terhadap manakah Ketentuan Hukum Yang Dapat Memberikan Perlindungan Yang Memadai Bagi Pemilik Merek Dagang Terhadap Tindakan Pelanggaran

1. Undang-Undang Merek

UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis: Undang-undang ini mengatur tentang pendaftaran merek, hak eksklusif pemilik merek,

dan sanksi bagi pelanggar. Ketentuan yang sangat memadai bagi pemilik merek dengan aturan dari undang-undang nomor 20 tahun 2016, yang memberikan perlindungan bagi pemilik merek

2. Pendaftaran Merek

Melakukan pendaftaran merek di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) memberikan hak eksklusif kepada pemilik merek untuk menggunakan dan melindungi nama merek mereka dari penggunaan tanpa izin. Untuk memberikan perlindungan bagi pemilik merek atas merek dagangnya

3. Tindakan Hukum Perdata

Pemilik merek dapat mengajukan gugatan perdata terhadap pihak yang melakukan pelanggaran, termasuk ganti rugi atas kerugian yang ditimbulkan. Seperti di kasus MS GLOW dan PS GLOW dengan pihak dari PS GLOW harus mengganti rugi secara materiil dan immateriil berdasarkan kerugian yang di tanggung dari si pemiik merek dengan nominal sangat besar.

4. Tindakan Hukum Pidana

Jika pelanggaran merek cukup berat, pemilik dapat melaporkan ke pihak berwajib untuk proses pidana berdasarkan ketentuan dalam UU Merek. Walaupun di kasus ini tidak ada hukum Tindakan secara pidana.

5. Mediasi dan Arbitrase

Sebagai alternatif, pemilik merek dapat menggunakan mediasi atau arbitrase untuk menyelesaikan sengketa dengan lebih cepat dan efisien. Walaupun dalam kasus ini adanya mediasi tapi tidak mencapai tersebut dari kedua

Dan beberapa pertanyaan dalam wawancara saya Di Komenkumham Aceh dalam menjelaskan Manakah Ketentuan Hukum Yang Dapat Memberikan Perlindungan Yang Memadai Bagi Pemilik Merek Dagang Terhadap Tindakan Pelanggaran sebagai berikut

1. Efektivitas dari undang-undang nomor 20 tahun 2016 dalam memberikan perlindungan bagi pemilik merek dagang, adanya efektifitas terhadap pelanggaran yang melanggar merek, dengan hukuman perdata mau pun pidana, ada yang efektif dan ada juga yang masih kurang efektif karna dari si pelaku pelanggaran yang mendapatkan untung yang banyak. dari merek tiruannya karna dari uu nomor 20 tahun 2016 kasus pelanggaran ini masuk delik aduan, jika dari si pemilik merek tidak melaporkan pelanggaran terhadap pelanggaran yang terjadi maka ppns tidak berhak atau menangkap si pelanggaran kalau tidak adanya laporan⁵⁹
2. Sanksi hukum terhadap pelanggaran terhadap merek dagang cukup tegas yang dimana saksi di atur di undang-undang nomor 20 tahun 2016 Undang-Undang memberikan sanksi tegas bagi pelanggaran merek dagang, termasuk denda dan hukuman penjara. Sanksi ini bertujuan untuk memberikan efek jera bagi pelanggaran dan melindungi pemilik merek. Namun, dalam praktiknya, penerapan sanksi sering kali tidak konsisten. Banyak pemilik merek yang

⁵⁹ Reza nazriandi, ppns, dan erdiana, pejabat hak kekayaan intelektual, komenkumham aceh, wawancara 5 mei 2025, jam 10.00 wib

merasa kesulitan untuk menegakkan hak mereka, terutama jika pelanggar tidak memiliki aset yang dapat disita.

3. Peran Lembaga pemerintah dalam perlindungan bagi pemilik merek cukup bagus, tetapi kurangnya kepedulian dari si pemilik merek dalam mendaftarkan mereknya, juga menjadi hambatan walaupun dari Lembaga pemerintah kementerian hukum yang mempermudah dalam mendaftar, karena dari Lembaga pemerintah tidak bisa mendaftar sebuah merek tanpa, dari si pemilik mereknya mengajukan untuk mendaftarkan mereknya. Dan juga Lembaga pemerintah melakukan juga sosialisasi dan edukasi terhadap masyarakat dalam mendaftarkan mereknya, karena ketika terjadi pelanggaran maka akan lebih mudah bagi si pemilik merek menggugat pelanggar karena telah mendaftarkan mereknya.
4. Kendala dan tantangan dalam tindak lanjut terhadap pelanggar merek, kendalanya ppns tidak bisa menangkap, atau menyelidiki kasus pelanggaran yang terjadi tanpa adanya laporan dari pemilik merek, karena dalam hak kekayaan intelektual ini masuk ke delik aduan khusus, tanpa adanya laporan ppns tidak bisa melakukan Tindakan, tanpa adanya laporan. dan juga Salah satu tantangan utama dalam penegakan hukum adalah kurangnya kesadaran masyarakat tentang hak kekayaan intelektual. Banyak konsumen yang tidak menyadari bahwa mereka membeli produk yang melanggar merek dagang. Selain itu, proses hukum yang panjang dan biaya yang tinggi sering kali membuat pemilik merek enggan untuk mengambil tindakan hukum.

Edukasi mengenai hak kekayaan intelektual sangat penting dalam mengurangi pelanggaran merek. Masyarakat perlu diberi pemahaman tentang pentingnya membeli produk yang sah dan dampak negatif dari penggunaan produk tiruan. Program edukasi yang lebih luas dapat membantu meningkatkan kesadaran akan perlindungan merek, sehingga masyarakat lebih berhati-hati dalam memilih produk.

C. Upaya Hukum Yang Dapat Di Lakukan Oleh Pemilik Merek Untuk Menegakkan Haknya

Pemilik merek dagang yang merasa haknya dilanggar memiliki berbagai upaya hukum yang dapat ditempuh untuk menegakkan haknya. Upaya-upaya ini diatur dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, serta peraturan perundang-undangan terkait lainnya. Tujuan dari upaya hukum ini adalah untuk menghentikan pelanggaran, mendapatkan ganti rugi, dan mencegah pelanggaran serupa di masa depan.

Dalam analisis kasus dari MS GLOW dan PS GLOW Dalam kasasi Mahkamah Agung putusan Nomor 161 K/Pdt.Sus-HKI/2023 Para Pemohon Kasasi I Juga Para Termohon Kasasi II/Para Tergugat Lawan PT.PSTORE GLOW BERSINAR INDONESIA, yang diwakili oleh Direktur, Samputri Angelina, di kasasi ini menyatakan penggugat memiliki hak eksklusif atas penggunaan merek dagang PS GLOW dan merek dagang PSTORE GLOW yang terdaftar pada direktorat jendral kekayaan intelektual kementrian hukum dan HAM Republik Indonesia untuk jenis golongan barang/jasa kelas 3 (kosmetik) menyatakan

Tergugat I, Tergugat II, Tergugat III, Tergugat IV, Tergugat V dan Tergugat VI secara tanpa hak dan melawan hukum menggunakan merek dagang MS GLOW dan merek dagang PSTORE GLOW yang digunakan penggugat untuk jenis barang/jasa kelas 3 (kosmetik) terdaftar pada Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual Kementrian Hukum dan HAM Republik Indonesia. Menimbang, bahwa terhadap gugatan tersebut tergugat I mengajukan gugatan balik (rekonvensi) yang dalam gugatannya

Dalam Rekonvensi

3. Mengabulkan gugatan rekonvensi dari penggugat IV rekonvensi untuk seluruhnya

4. Menyatakan penggugat IV rekonvensi Adalah pemilik dan pendaftaran pertama yang sah atas merek

- MS GLOW , nomor pendafrtan IDM000633038, kelas 3, tanggal pendaftaran 8 agustus 2018, nama pemilik Shandy Purnamasari
- MS GLOW FOR MEN, nomor pendafaran IDM000877377, kelas 3, tanggal pendaftaran 1 agustus 2021, nama pemilik Shandy Purnamasari

menimbang bahwa berdasarkan berdasarkan pertimbangan di atas, terdapat cukup alasan untuk mengabulkan permohonan kasasi yang di ajukan oleh para pemohon kasasi I: PT. KOSMETIK GLOBAL INDONESIA dan Kawan-kawan , tersebut dan membatalkan Putusan Pengadilan Niaga Pada Pangadilan Negeri Surabaya nomor Surabaya Nomor 2/Pdt.Sus-HKI/Merek/Merek/2022/PN.Niaga.Sby, tanggal 12 juli 2022

Berdasarkan wawancara dan penelitian di kantor kemenkumham aceh dengan bapak reza nazriandi sebagai ppns, pada bidang hak ke kayaan intelektual ada beberapa uapaya untuk menegakkan hak dari si pemilik merek

1. Upaya administratif

Sebelum menempuh jalur litigasi, pemilik merek dapat melakukan upaya administratif melalui Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI). Upaya ini meliputi pengajuan keberatan terhadap permohonan merek yang dianggap memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek yang sudah terdaftar. DJKI akan melakukan pemeriksaan dan memberikan keputusan berdasarkan bukti dan argumen yang diajukan. Seperti di dalam kasus MS GLOW dan PS GLOW dari pihak MS glow yang telah mendaftarkan mereknya walaupun dari pihak PS glow menyatakan mereka yang mendaftarkan mereknya, setelah putusan dari mahkamah agung pihak MS glow memenangkan gugatan tersebut pihak PS glow membatalkan merek merek dan mengganti rugi terhadap pihak MS glow

2. Gugatan pembatalan merek

Jika merek yang melanggar sudah terdaftar, pemilik merek dapat mengajukan gugatan pembatalan merek ke Pengadilan Niaga. Gugatan ini diajukan dengan dasar bahwa merek yang terdaftar tersebut memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek yang sudah terdaftar sebelumnya, atau melanggar ketentuan hukum lainnya. Jika gugatan

dikabulkan, merek yang melanggar akan dibatalkan dan tidak dapat digunakan lagi.⁶⁰ Dalam kasus MS GLOW dan PS GLOW pihak membatalkan merek dari pihak PS glow dalam rekonvensi mengabulkan permohonan kasasi yang di ajukan oleh para pemohon kasasi I: PT. KOSMETIK GLOBAL INDONESIA dan Kawan-kawan , tersebut dan membatalkan Putusan Pengadilan Niaga Pada Pangadilan Negri Surabaya nomor Surabaya Nomor 2/Pdt.Sus-HKI/Merek/Merek/2022/PN.Niaga.Sby, tanggal 12 juli 2022

3. Gugatan Ganti rugi

Selain gugatan pembatalan merek, pemilik merek juga dapat mengajukan gugatan ganti rugi kepada pihak yang melakukan pelanggaran. Gugatan ini diajukan untuk mengganti kerugian yang diderita akibat tindakan pelanggaran merek, seperti penurunan penjualan, kerusakan reputasi, dan biaya yang dikeluarkan untuk menindaklanjuti pelanggaran tersebut. Pengadilan akan menentukan besaran ganti rugi berdasarkan bukti-bukti yang diajukan. Ketentuan mengenai gugatan ganti rugi dalam Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis Nomor 20 Tahun 2016 diatur dalam **Pasal 83 ayat (1)**. Pasal tersebut menyatakan bahwa pemilik Merek terdaftar atau penerima lisensi berhak mengajukan gugatan ganti rugi kepada Pengadilan Niaga terhadap pihak lain yang secara tanpa hak menggunakan Merek yang

⁶⁰ Reza nazriandi,ppns,komenkumham aceh,wawancara 5 mei 2025,jam 10.00 wib

sama pada keseluruhannya atau pada pokoknya untuk barang dan/atau jasa yang sejenis dalam kasus ini pihak ps glow harus mengganti rugi secara materiil sebesar Rp47.333.192.813,33 (empat puluh tujuh miliar tiga ratus tiga puluh tiga juta serratus Sembilan puluh dua ribu delapan ratus tiga belas rupiah dan tiga puluh tiga sen) dan secara kerugian immaterial yang sebesar Rp500.000.000.000,00 (lima ratus miliar rupiah)

4. Tindakan pidana

Pelanggaran merek dagang juga dapat dikenakan sanksi pidana. Pemilik merek dapat melaporkan tindakan pelanggaran ke pihak kepolisian untuk dilakukan penyidikan. Jika terbukti bersalah, pelaku pelanggaran dapat dikenakan hukuman penjara dan/atau denda sesuai dengan ketentuan Undang-Undang. Tindakan pidana ini bertujuan untuk memberikan efek jera yang lebih kuat bagi pelaku pelanggaran.dan juga tindakan pidana terhadap pelanggaran merek dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 diatur dalam pasal-pasal berikut:

- **Pasal 100:** Mengatur tentang pelanggaran terhadap merek terdaftar yang dilakukan dengan memproduksi, memperdagangkan, dan/atau menggunakan merek yang sama pada keseluruhannya dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis.
- **Pasal 101:** Mengatur tentang pelanggaran terhadap merek terdaftar yang dilakukan dengan memproduksi, memperdagangkan, dan/atau

menggunakan merek yang memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis.

- **Pasal 102:** Mengatur tentang pelanggaran terhadap indikasi geografis terdaftar yang dilakukan dengan memproduksi, memperdagangkan, dan/atau menggunakan indikasi geografis yang sama atau menyerupai indikasi geografis terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa yang sejenis.
- **Pasal 103:** Mengatur tentang pelanggaran terhadap merek kolektif yang dilakukan oleh anggota atau bukan anggota pemilik merek kolektif.

5. Penyitaan barang bukti

Dalam proses penyidikan atau pemeriksaan di pengadilan, pemilik merek dapat meminta penyitaan barang bukti yang terkait dengan pelanggaran merek. Barang bukti ini dapat berupa produk tiruan, alat-alat produksi, dokumen-dokumen terkait, dan lain sebagainya. Penyitaan barang bukti bertujuan untuk mengamankan bukti-bukti yang diperlukan untuk membuktikan adanya pelanggaran merek.

6. Permohonan penetapan sementara

Untuk mencegah kerugian yang lebih besar, pemilik merek dapat mengajukan permohonan penetapan sementara kepada pengadilan. Penetapan sementara ini dapat berupa perintah penghentian sementara kegiatan produksi, penjualan, atau distribusi produk yang melanggar merek. Penetapan sementara ini berlaku sampai adanya putusan pengadilan yang berkekuatan hukum tetap.

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan pada uraian diatas, sebagai rangkaian akhir penutup dari skripsi ini, maka penelitian menarik Kesimpulan sebagai berikut ;

1. Bentuk pelanggaran merek dagang yang sering terjadi di Indonesia mencakup berbagai bentuk, mulai dari penggunaan tanpa izin hingga pemasaran produk tiruan. Walaupun dalam peniruan merek ini pertama tidak mendapatkan hasil, tapi suatu saat ketika merek tiruan ini mendapatkan nilai ekonomi, maka akan mengakibatkan kerugian bagi si pemilik merek yang sah. Untuk mengatasi masalah ini, diperlukan kesadaran yang lebih besar di kalangan masyarakat dan penegakan hukum yang lebih efektif. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan perlindungan terhadap merek dagang dapat ditingkatkan, menciptakan lingkungan bisnis yang lebih adil dan kompetitif.
2. Ketentuan hukum yang dapat mengurangi Tindakan pelanggaran produk merek dagang terhadap di Indonesia cara memberikan dasar yang kuat untuk perlindungan merek dagang. Akan tetapi masih banyak tantangan yang harus diatasi. Dengan memperbaiki penegakan hukum, meningkatkan kesadaran masyarakat, dan menyediakan edukasi yang memadai, perlindungan bagi pemilik merek dapat di wujudkan. Hal ini tidak hanya akan menguntungkan pemilik merek, tetapi juga mendorong iklim bisnis yang lebih adil dan kompetitif. Edukasi mengenai hak

kekayaan intelektual sangat penting dalam mengurangi pelanggaran merek. Masyarakat perlu diberi pemahaman tentang pentingnya membeli produk yang sah dan dampak negatif dari penggunaan produk tiruan. Program edukasi yang lebih luas dapat membantu meningkatkan kesadaran akan perlindungan merek, sehingga masyarakat lebih berhati-hati dalam memilih produk, yang di pasar, agar tidak ada dari merek tiruan

3. Upaya hukum yang dapat dilakukan oleh pemilik merek untuk melindungi haknya yaitu dengan melakukan berbagai upaya hukum, upaya hukum ditempuh untuk menegakkan haknya terhadap tindakan pelanggaran, yang dilakukan oleh khusus Upaya-upaya ini meliputi upaya administratif, gugatan pembatalan merek, gugatan ganti rugi, tindakan pidana, penyitaan barang bukti, permohonan penetapan sementara, pengawasan dan pemantauan merek, serta penggunaan jasa konsultan hukum. Dengan memanfaatkan upaya-upaya ini secara efektif, pemilik merek dapat melindungi merek mereka dan mencegah kerugian yang lebih besar.

B. SARAN

Mengacu pada Kesimpulan yang telah di uraikan diatas, maka dapat di kemukakan saran-saran sebagai berikut :

1. Diharapkan kepada Kementrian Hukum memberikan edukasi terhadap masyarakat dan konsumen terhadap kesadaran mengenai cara membedakan produk asli dan palsu melalui kampanye informasi, media sosial, dan kerjasama dengan lembaga konsumen. Diharapkan juga aktif melakukan

sosialisasi merek dan produk kepada masyarakat, termasuk melalui kegiatan promosi, pameran, dan kerjasama dengan komunitas.

2. Diharapkan kepada masyarakat agar membeli produk barang atau jasa yang telah memiliki merek yang sah. Diharapkan untuk badan hukum yang terkait terhadap hak kekayaan intelektual, lebih menekankan aksi sosialisasi dan pemahaman terhadap merek bagi masyarakat bisa melalui iklan di tv dan radio, untuk meningkatkan kepedulian masyarakat, atas pentingnya mendaftarkan merek untuk memberi perlindungan hukum bagi yang mendaftarkan merek agar ketika mengalami kejadian pelanggaran terhadap merek, tidak takut karna telah mendaftarkan merek dan mendapatkan perlindungan hukum yang kuat.
3. Diharapkan kepada badan hukum yang terkait terhadap hak kekayaan intelektual dan pemilik merek lebih memantau perkembangan secara berkala terhadap penggunaan merek dagang di pasar, baik secara online maupun offline. Gunakan jasa profesional jika perlu untuk memantau pendaftaran merek baru yang serupa. untuk mencegah terjadinya pelanggaran dan lebih melindungi hak dari si pemilik merek yang telah terdaftar. ketika sudah memiliki nilai ekonomi akan membut kerugian terhadap si pemilik merek,

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku-Buku

- Achmadi Miru, *“Hukum Merek Cara Mudah Mempelajari Undang-Undang Merek”*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2007
- Amirruddin Dan Asikin Zainal, *Pengantar Metode Peneitian Hukum*, Raja Grafindo Persada. Jakarta.2006
- Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk Dan Merek*, Qiara Media, Surabaya, 2019
- Anik Anekawati, *Pedoman Hak Kekayaan Intelektual*, Universitas Wiraja, Pt.Alumni, Madura, 2020
- Bernard Nainggolan, *Hukum Kekayaan Itelektual*, Publika Global Media, Yogyakarta, 2022
- Budi Agus Riswandi, *Cyber Law Dan Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual*, Gramedia Pustaka Utama. Jakarta, 2021
- Burhan Ashshofa, *Metode Penelitian Hukum*, Rineka Cipta, Jakarta 2004.
- Casavera, *“Delapan Kasus Sengketa Merek Di Indonesia Suatu Tinjauan Yuridis”*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2009
- Damain Eddy, *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*, Alumni, Bandung, 2002
- Djoko Prakoso, *“Hukum Merek Dan Paten Di Indonesia”*, Dahara Prize, Semarang, 2005
- Dwi Suryahartati, Dan Nelli Herlina, *Hukum Kekayaan Intelektual*, Unja Publisher, Lppm Universitas Jambi, 2022

- Etty Susilowati, “*Perlindungan Hukum Atas Merek Bunga Rampai Hak Kekayaan Intelektual*”, Fakultas Hukum Universitas Diponegoro, Semarang, 2010
- Firmansyah, H. *Perlindungan Hukum Terhadap Merek*. Penerbit Pustaka Yustisia. Yogyakarta. 2011
- Freddy Harris, *Modul Kekayaan Intelektual Lanjutan Bidang Merek Dan Indikasi Geografis*, Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, Jakarta, 2020
- Fuady, M. *Hukum Merek Di Indonesia*. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2019
- Gatot Supramono, “*Menyelesaikan Sengketa Merek Menurut Hukum Indonesia*”, Rineka Cipta, Jakarta, 2008
- Hery Firmansyah, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek*, Medpres Digital, Yogyakarta, 2013
- Ibnu Khayath Farisanu, *Kekayaan Intelektual*, Stie Widya Praja Tana Paser, Kalimantan Timur 2017
- Ibnu Munzir, Dan Kadarudin., *Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual Terhadap Produk Indikasi Asal*, Pustaka Pena Press, Makassar, 2014
- Ika Atikah, *Metode Penelitian Hukum, Haura Utama*, Banten, 2022.
- Kartajaya, H, *Manajemen Merek*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2020
- Kasali, R, *Strategi Branding Dan Inovasi Produk*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2017
- Kementerian Hukum Dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia, "*Panduan Perlindungan Merek Di Indonesia*," 2022.hlm 11
- Lestari, A, *Perlindungan Hukum Merek*, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta, 2018
- Margono Suyud, M. Y. *Kekayaan Intelektual Komentar Atas Undang-Undang*

- Paten dan Merek*, Pt Grand Media, Jakarta, 2002
- Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum*, Mataram University Press, Mataram. 2020
- Mulyadi, “*Hukum Merek*”, Trademark Law, Prenada Media, Jakarta, 2013
- Munir Fuady *Hukum Merek Di Indonesia, Jakarta*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2019
- Ok Saidin, “*Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*”, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2002
- Rahmi Jened, *Hukum Merk Trademark LAW Dalam Era Global Integrasi Ekonomi*, Prenada Media Group, Jakrta, 2018
- Rahmi Mulyati, *Perlindungan Hukum Merek Terkenal Untuk Barang/Atau Jasa Tidak Sejenis Dalam Hukum Merek Di Indonesia*, Kencana, Jakarta, 2023
- Riswandi, B. A. *Cyber Law Dan Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual*, Gadjah Mada University Press. Yogyakarta, 2021
- Rudi S, *Hukum Merek Di Indonesia*, Sala Tiga, Bandung, 2021
- Safkaur Samuel, *Informasi Umum Perlindungan HKI*. Klinik Konsultasi, Jayapura, 2002
- Saidin, H. O. *Aspek Hukum Hak Atas Kekayaan Inteletual*, Rajawali Pers, Jakarta, 2007
- Santoso Budi. *Perlindungan Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. Klinik HKI Fakultas Hukum UNDIP, Semarang, 2004
- Shofie, M. Y, *Hak Kekayaan Intelektual: Suatu Pengantar*. Pt Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2018
- Sugiyono, *Memahami Metode Penelitian Kualitatif Dan R & D*, Alfabeta,

Bandung, 2008

Suyud Margono, "*Hak Milik Industri Pengaturan Dan Praktik Di Indonesia*", Ghalia Indonesia, Bogor, 2011

Untung Suropati, "*Hukum Kekayaan Intelektual Dan Alih Teknologi*", Universitas Satya Wacana Fakultas Hukum, Salatiga, 2003

Yahya Harahap, "*Tinjauan Merek Secara Umum Dan Hukum Merek Di Indonesia*", Citra Adtya Bakti, Jakarta, 2005

B. Peraturan Undang-Undang

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis

Putusan Direktorat Mahkamah Agung Putusan Nomor 161 K/Pdt.Sus-HKI/2023

C. Jurnal

Afif, Muhamad Shafwan, Sugiyono, Heru (2021). *Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Merek Terkenal Di Indonesia*. Jurnal USM Law Review, Vol. 4,

Budi Santoso, "*Dampak Pelanggaran Merek Dagang Terhadap Pertumbuhan Ekonomi*," Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Vol. 15, No. 1, 2020, hlm 4

Jeane Neltje Saly, Aurelia Jessica Mavelynn, Eileen Carsnelly, Jedyzha Azzariel Priliska, Puja Ayu Purwanti, Dan Grace Mercy Dina Manoppo, *Kajian Hukum Merek Sesuai Undang Undang nomor 20 Tahun 2016* (Studi Kasus No. 57/Pdt.Sus-HKI/2019/PN Niaga.Jkt.Pst), Vol.1, No.2, (Jurnal Multidisiplin Teknologi Dan Arsitektur), Hlm.374

Ndrie Budiman, Nurwati Dan, Aal Lukmanul Hakim, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek Dagang Pada Industri Kecil Menengah (Ikm) Pangandi Kabupaten Bogor*, Vol,7, No.1, (Jurnal Hukum, 2021), Hlm.5

Putu Wisnu Karma Dan Ketut Artadi, *Arbitrase Sebagai Upaya Penyelesaian Sengketa Di Luar Pengadilan Dalam Sengketa Hak Kekayaan Intelektual*, Kertha Wicara, Vol. 07, No. 01, 2018, Hlm. 8)

Rifzki Dhian Pramuvti, Dan Kholis Roisah, *Akibat Hukum Pengalihan Hak Atas Merek Terdaftar Berdasarkan Akta Hibah Wasiat*, Vol.11, No.1, (Jurnal Notarius), Hlm.131

Yati Nurhayati, Ifrani, Dan M. Yasir Said, *Metodologi Normatif Dan Empiris Dalam Perspektif Ilmu Hukum*, Vol.2, No.1, (Jurnal Penegakan Hukum Indonesia (Jphi), Hlm.8

Zaenal Arifin Dan Muhammad Iqbal, *Jurnal Perlindungan Hukum Terhadap Merek Yang Terdaftar*, Vol.5, No.1, (Jurnal, Ius Constituendum, 2020), Hlm.1

D. Artikel

Abdur, kasus.sengketa, merek, dagang, di Indonesia, link akses <https://smartlegal.id/hki/merek/2025/01/16/3-contoh-kasus-sengketa-hak-merek-di-indonesia-sl/> di akses pada 10 maret 2025, 16.44)

Husen Mulachela, "Merek Dagang Adalah: Pengertian Dan Cara Mendaftarkannya" Link Akses: (<https://Katadata.Co.Id/Berita/Nasional/62149d8cb2ced/Merek-Dagang-Adalah-Pengertian-Dan-Cara-Mendaftarkannya,Di> Akses, Pada, 8 Oktober 2024, 22.05)

Redaksi kumparan, pengertian perlindungan hukum menurut para ahli, link akses, (<https://kumparan.com/pengertian-dan-istilah/pengertian-perlindungan-hukum-menurut-para-ahli-dan-jenisnya-20zhKhbmUBh/3,di> akses pada 10 maret 2025, 16.44)

LAMPIRAN



Foto Bersama Bapak Reza Nazriandi Dan Ibuk Erdiana, Pejabat Hak Kekayaan Intelektual Aceh Kantor Kementrian Hukum Dan Hak Asasi Manusia Aceh, *Wawancara* 5 Mei 2025 Jam 10.00 Wib



Direktori Putusan Mahkamah Agung Republik Indonesia
putusan.mahkamahagung.go.id

P U T U S A N
Nomor 161 K/Pdt.Sus-HKI/2023

DEMI KEADILAN BERDASARKAN KETUHANAN YANG MAHA ESA
MAHKAMAH AGUNG

memeriksa perkara perdata khusus hak kekayaan intelektual merek pada tingkat kasasi telah memutus sebagai berikut dalam perkara:

1. **PT. KOSMETIKA GLOBAL INDONESIA**, yang diwakili oleh Direktur, Tiin Indah Wahyu Agustin, berkedudukan di Jalan Rungkut Industri III, Nomor 9, Kutisari, Kecamatan Tenggilis Mejoyo, Kota Surabaya, Provinsi Jawa Timur;
 2. **PT. KOSMETIKA CANTIK INDONESIA**, yang diwakili oleh Direktur, Sheila Marthalia, berkedudukan di Jalan Komud Abdurrahman Saleh, Kelurahan Asrikaton, Kecamatan Pakis, Kabupaten Malang, Provinsi Jawa Timur;
 3. **GILANG WIDYA PRAMANA**, bertempat tinggal di Jalan Greenwood Golf Indah, Nomor 5, RT 7, RW 10, Desa Tirtomoyo, Kecamatan Pakis, Kabupaten Malang, Provinsi Jawa Timur;
 4. **SHANDY PURNAMASARI**, bertempat tinggal di Jalan Greenwood Golf Indah, Nomor 5, RT 7, RW 10, Desa Tirtomoyo, Kecamatan Pakis, Kabupaten Malang, Provinsi Jawa Timur;
 5. **TITIS INDAH WAHYU AGUSTIN**, Direktur PT. Kosmetika Global Indonesia, berkedudukan di Jalan Rungkut Industri III, Nomor 9, Kutisari, Kecamatan Tenggilis Mejoyo, Kota Surabaya, Provinsi Jawa Timur;
 6. **SHEILA MARTHALIA**, Direktur PT. Kosmetika Cantik Indonesia, berkedudukan di Jalan Komud Abdurrahman Saleh, Kelurahan Asrikaton, Kecamatan Pakis, Kabupaten Malang, Provinsi Jawa Timur;
- dalam hal ini masing-masing memberikan kuasa kepada Aman Hanis, S.H., dan kawan-kawan., Para Advokat dan

Halaman 1 dari 25 hal. Put. Nomor 161 K/Pdt.Sus-HKI/2023

Diketahui
Pangrehman Mahkamah Agung Republik Indonesia berakademi untuk selalu memberikan informasi paling dini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas
pelayanan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih harus dilakukan upaya pemenuhan hak-hak dengan akurat dan berdasarkan informasi yang akurat, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu ke waktu.
Dalam hal Anda memerlukan informasi yang akurat, maka Anda dapat menghubungi kami melalui nomor telepon 021-381 2040 atau melalui email: info@mahkamahagung.go.id (Halaman 1 dari 25 hal. Put. Nomor 161 K/Pdt.Sus-HKI/2023)

Halaman 1

Putusan Direktorat Mahkamah Agung Putusan Nomor 161 K/Pdt.Sus-HKI/2023



Logo MS GLOW dan PSTORE GLOW yang di dowload hari ini tanggal 1 agustus 2025, pukul 13.00