

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PEMILIK MEREK WARUNG
MAKAN IBU GAMBRENG
(Studi Putusan Mahkamah Agung Nomor 988K/Pdt.Sus-HKI/2024)**

(Skripsi)

Oleh:

**Muhammad Hari Alfatah HR
2212011108**



**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2026**

ABSTRAK

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PEMILIK MEREK WARUNG MAKAN IBU GAMBRENG (Studi Putusan Mahkamah Agung Nomor 988K/Pdt.Sus-HKI/2024)

Muhammad Hari Alfatah HR

Sengketa merek “Warung Makan Ibu Gambreng” menunjukkan lemahnya efektivitas perlindungan hukum merek di Indonesia akibat adanya pendaftaran dan penggunaan merek yang memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek terdaftar, sehingga menimbulkan kebingungan masyarakat dan kerugian bagi pemilik merek yang sah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk perlindungan hukum terhadap merek berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis serta menganalisis penerapan ketentuan hukum terhadap pendaftaran merek yang diajukan dengan itikad tidak baik berdasarkan Putusan Mahkamah Agung Nomor 988 K/Pdt.Sus-HKI/2024.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian hukum normatif dengan tipe penelitian deskriptif. Pendekatan yang digunakan meliputi pendekatan perundang-undangan dan pendekatan kasus. Data yang digunakan adalah data sekunder yang terdiri atas bahan hukum primer, sekunder, dan tersier yang diperoleh melalui studi kepustakaan dan studi dokumen. Data dianalisis secara kualitatif untuk memperoleh pemahaman mengenai perlindungan hukum merek dan penerapan asas itikad baik dalam sengketa merek.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan hukum terhadap merek terdiri atas perlindungan preventif dan represif. Perlindungan preventif dilakukan melalui memperketat pemeriksaan substantif merek, optimalisasi sistem digital pencarian merek, peningkatan kompetensi pemeriksa merek, penguatan pengawasan internal DJKI, serta peningkatan sosialisasi kepada pelaku usaha. Perlindungan represif dilakukan melalui gugatan perdata atas pelanggaran merek, larangan penggunaan merek yang memiliki persamaan, pemberian kepastian hukum melalui putusan pengadilan. Adapun penerapan ketentuan hukum dalam Putusan Mahkamah Agung Nomor 988 K/Pdt.Sus-HKI/2024 menunjukkan bahwa merek “Nasi Gambreng Bu Esti” terbukti memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek “Warung Makan Ibu Gambreng” dan didaftarkan dengan itikad tidak baik, sehingga pendaftarannya dibatalkan dan penggunaannya dinyatakan tidak sah secara hukum.

Kata Kunci: Merek, Perlindungan Hukum, Sengketa merek.

ABSTRACT

LEGAL PROTECTION FOR THE OWNER OF THE “WARUNG MAKAN IBU GAMBRENG” TRADEMARK (A Study of Supreme Court Decision Number 988K/Pdt.Sus-HKI/2024)

Muhammad Hari Alfatah HR

The trademark dispute over “Warung Makan Ibu Gambreng” demonstrates the weak effectiveness of trademark legal protection in Indonesia due to the registration and use of a trademark that bears similarity in its essential elements to a previously registered trademark. This study aims to analyze the forms of legal protection for trademarks based on Law Number 20 of 2016 concerning Trademarks and Geographical Indications, as well as to analyze the application of legal provisions regarding trademark registration filed in bad faith based on Supreme Court Decision Number 988 K/Pdt.Sus-HKI/2024.

This study employs a normative legal research method with a descriptive research type. The approaches used include the statutory approach and the case approach. The data used are secondary data consisting of primary, secondary, and tertiary legal materials obtained through library research and document studies. The data were analyzed qualitatively to obtain an understanding of trademark legal protection and the application of the principle of good faith in trademark disputes.

The results of the study indicate that legal protection for trademarks consists of preventive and repressive protection. Preventive protection is carried out through strengthening substantive trademark examinations, optimizing the digital trademark search system, improving the competence of trademark examiners, reinforcing the internal supervision of the Directorate General of Intellectual Property (DJKI), and increasing public awareness and education for business actors. Repressive protection is implemented through civil lawsuits for trademark infringement, prohibition of the use of trademarks with similarities, and the provision of legal certainty through court decisions. Furthermore, the application of legal provisions in Supreme Court Decision Number 988 K/Pdt.Sus-HKI/2024 demonstrates that the trademark “Nasi Gambreng Bu Esti” was proven to have similarity in its essential elements to the trademark “Warung Makan Ibu Gambreng” and was registered in bad faith; therefore, its registration was canceled and its use was declared legally invalid.

Keywords: *Legal Protection, Trademark, Trademark Disput.*

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PEMILIK MEREK WARUNG
MAKAN IBU GAMBRENG
(Studi Putusan Mahkamah Agung Nomor 988K/Pdt.Sus-HKI/2024)**

**Oleh
Muhammad Hari Alfatah HR
Skripsi**

**Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar
SARJANA HUKUM**

**Pada
Bagian Hukum Perdata
Fakultas Hukum Universitas Lampung**



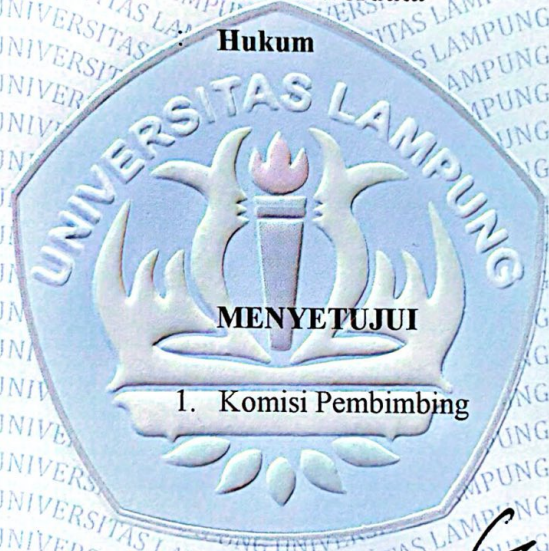
**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2026**

Judul Skripsi : **Perlindungan Hukum Terhadap Pemilik Merek Warung Makan Ibu Gambreng (Studi Putusan Mahkamah Agung Nomor 988K/Pdt.Sus-HKI/2024)**

Nama Mahasiswa : **Muhammad Hari Alfatah HR**

Nomor Pokok Mahasiswa : **2212011108**

Bagian : **Hukum Perdata**
Fakultas : **Hukum**



1. **Komisi Pembimbing**

Dr. Kasmawati, S.H., M.Hum.
NIP. 197607052009122001

Elly Nurlaili, S.H., M.H.
NIP. 197001292006042001

2. **Ketua Bagian Hukum Perdata**

Dr. Ahmad Zazili, S.H., M.H.
NIP. 197404132005011001

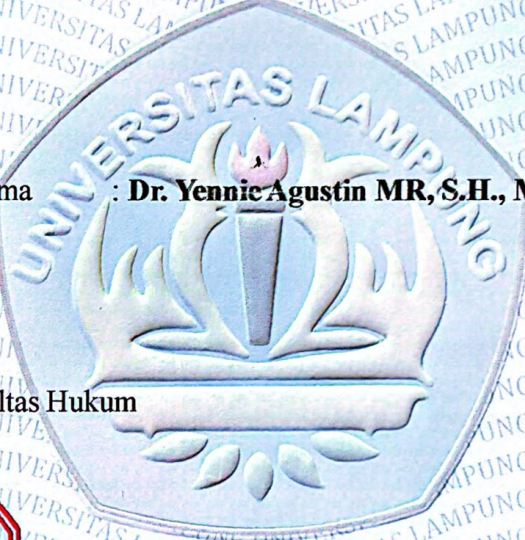
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Dr. Kasmawati, S.H., M.Hum.**

Sekretaris/Anggota : **Elly Nurlaili, S.H., M.H.**

Penguji Utama : **Dr. Yenic Agustin MR, S.H., M.H.**



2. Dekan Fakultas Hukum



Dr. M. Fakhri, S.H., M.S.
NIP. 196412181988031002

Tanggal Lulus Ujian Skripsi: Kamis, 04 Juni 2026

PERNYATAAN

Nama : Muhammad Hari Alfatah HR
Nomor Pokok Mahasiswa : 2212011108
Bagian : Hukum Perdata
Fakultas : Hukum

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“Perlindungan Hukum Terhadap Pemilik Merek Warung Makan Ibu Gambreng (Studi Putusan Mahkamah Agung Nomor 988K/Pdt.Sus-HKI/2024)”** adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan hasil plagiat sebagaimana telah diatur dalam Pasal 43 Peraturan Akademik Universitas Lampung dengan Peraturan Rektor Universitas Lampung Nomor 12 Tahun 2025.

Bandar Lampung, 09 Juni 2026

Penulis,



Muhammad Hari Alfatah HR
NPM 2212011108

RIWAYAT HIDUP



Nama lengkap penulis adalah Muhammad Hari Alfatah HR lahir di Muara Enim pada tanggal 10 Januari 2004, merupakan anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Haidir Rahman dan Ibu Nurmalena. Penulis telah menyelesaikan pendidikan di TK YWKA, Muara Enim, Sumatra Selatan pada 2010, SDN 18 Muara Enim, Sumatra Selatan pada tahun 2016, SMPN 1 Muara Enim, Sumatra Selatan pada tahun 2019, SMAN 1 Unggulan Muara Enim, Sumatra Selatan pada tahun 2022. Terdaftar secara resmi sebagai Mahasiswa S1 Fakultas Hukum Universitas Lampung melalui jalur Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SNMPTN) pada tahun 2022 dan merupakan Mahasiswa yang mengambil peminatan di bagian Hukum Perdata. Penulis juga telah mengikuti kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Periode I tahun 2025 di Desa Purwodadi, Kec. Way Sulan, Kab. Lampung Selatan, Provinsi Lampung. Selama menempuh pendidikan di Fakultas Hukum Universitas Lampung, penulis aktif dalam berbagai kegiatan organisasi kemahasiswaan. Tergabung dalam UKM-F Pusat Studi Bantuan Hukum (PSBH) sebagai anggota muda pada tahun 2023/2024, UKM-F Fossi FH Unila sebagai Sekretaris Jenderal Periode 2024/2025, Dewan Perwakilan Mahasiswa Universitas KBM Unila sebagai Ketua Umum Periode 2025/2026. Penulis pernah mengikuti *Volunteer* Jejak Bermakna, suatu komunitas yang bergerak di bidang sosial. Penulis juga sering dipercaya menjadi pemateri dalam berbagai kegiatan kemahasiswaan di Universitas Lampung, seperti menjadi pemateri pada kegiatan LKMMTD di berbagai Himpunan Mahasiswa yang ada di Unila.

MOTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S Al-Baqarah : 286)

“Selagi orang tua masih ada, usahakan sarjana secepatnya. Biar bisa lihat senyum mereka saat kamu berhasil pakai baju toga nanti”

(Muhammad Hari Alfatah HR)

“Justice is the constant and perpetual will to render to every man his due.”

(Keadilan adalah kehendak yang tetap dan terus-menerus untuk memberikan kepada setiap orang apa yang menjadi haknya)

(Ulpian)

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji dan syukur kepada Allah SWT, berkat karunia rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, dan dengan segala kerendahan hati kupersembahkan skripsi ini kepada:

Kedua Orang Tuaku Tercinta

Ayah Haidir Rahman dan Ibu Nurmalena yang telah mengusahakan segalanya untuk anakmu yang satu ini. Terima kasih yang sebesar-besarnya karena telah memberikan kasih sayang yang tak terhingga, nasehat, serta doa yang tidak pernah terputus kepada penulis selama melalui proses perkuliahan. Terima kasih atas segala dukungan dan motivasi di saat penulis sedang dalam kondisi lelah serta selalu memberikan semangat dan juga menjadi alasan penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi hingga memperoleh gelar sarjana. Tolong hidup lebih lama lagi Ayah dan Ibu untuk melihat kesuksesan anakmu kelak.

Adik tersayang, kepada Della Agustina HR. Terima kasih telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis untuk menggapai cita-cita. Bersama-sama kita berproses dan bertumbuh demi masa depan yang cerah untuk membanggakan kedua orang tua melihat anaknya sukses kelak.

SANWACANA

Alhamdulillahirabbil'alamin. Puji dan syukur senantiasa penulis haturkan kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat, karunia, serta petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **“Perlindungan Hukum Terhadap Pemilik Merek Warung Makan Ibu Gambreng (Studi Putusan Mahkamah Agung Nomor 988K/Pdt.Sus-HKI/2024)”** dengan baik, tepat waktu, dan penuh kesabaran. Penyusunan skripsi ini merupakan rangkaian dalam perjalanan akademik penulis di Fakultas Hukum Universitas Lampung. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bimbingan, pengetahuan, serta dukungan dari banyak pihak yang selama ini membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Dengan hati yang tulus penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. M. Fakhri, S.H., M.S., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Lampung.
2. Bapak Dr. Ahmad Zazili, S.H., M.H., selaku Ketua Bagian Hukum Perdata Fakultas Hukum Universitas Lampung;
3. Bapak Moh. Wendy Trijaya, S.H., M.Hum., selaku Sekretaris Bagian Hukum Perdata Fakultas Hukum Universitas Lampung;
4. Ibu Dr. Kasmawati, S.H., M.Hum., selaku Dosen Pembimbing I yang telah mendampingi serta memberikan memotivasi dalam pengerjaan skripsi ini. Terima kasih untuk bimbingan dan arahan dalam segala hal sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik;
5. Ibu Elly Nurlaili, S.H., M.H., selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing, memberikan saran dan masukan serta motivasi kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini;

6. Ibu Dr. Yennie Agustin MR, S.H., M.H., selaku Dosen Pembahas I yang telah meluangkan waktunya untuk mengoreksi, serta memberikan masukan dan saran yang membuat penulis dapat menyempurnakan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Terima kasih untuk segala saran dan kritik yang sangat membantu dalam penulisan skripsi ini;
7. Ibu Nenny Dwi Ariani, S.H., M.H., selaku Dosen Pembahas II yang telah membantu penulis dalam pembuatan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat selesai tepat waktu. Terima kasih atas segala motivasinya;
8. Seluruh Dosen dan karyawan yang bertugas di Fakultas Hukum Universitas Lampung, yang mewadahi penulis dalam hal berproses dan bertumbuh menjadi seseorang yang lebih baik. Terima kasih atas segala ilmu yang telah diberikan, semoga menjadi amal jariyah dan ladang pahala dalam mencapai surga nya Allah SWT;
9. Kedua Orang Tuaku tercinta yang menjadi tempat untuk pulang, selalu ada disaat penulis bahagia maupun terpuruk. Terimakasih atas segala kebaikannya tanpa pamrih, selalu doakan penulis menjadi anak yang saleh dan sukses sehingga dapat membahagiakan kalian. Hiduplah lebih lama lagi Aamiin;
10. Saudariku Della Agustina HR, yang saat ini sedang menempuh studi di Poltekkes Jurusan Kebidanan, selalu dilancarkan untuk segala hal baiknya, cepat lulus dan bersama-sama kita bahagiakan kedua orang tua tercinta;
11. Keluarga pertama di Unila, kawan-kawan Fossi FH Unila yang menjadikan penulis sekuat sekarang. Rumah yang tak berbentuk bangunan tetapi menghangatkan dan selalu menerima segala perbedaan, akan selalu menjadi tempat penulis pulang;
12. Sahabat seperjuangan Presidium Fossi FH Unila 2024, Salman, Eliya, Fia, Illy. Kalian semua orang baik;
13. Kawan seperjuangan sejak menjadi mahasiswa baru FH, Dipo, Josi, Nathan, Tio, Wisaam, Alif. Selalu ada disaat penulis membutuhkan. Semoga kita semua menjadi orang sukses kelak;
14. Sahabat pejuang skripsi, Lutfi, Haikal, Abudzar, Bagas, Rakha, Fakhri, Jafar, Hanif. Semoga kita semua dipermudah dalam segala hal baik kedepannya;

15. Keluarga UKM-F FOSSI FH UNILA Kabinet Pelintas Badai yang selalu merangkul dan mendukung penulis serta memberikan kesempatan untuk pengalaman berharga selama menjadi mahasiswa. Terima kasih atas momen berharganya yang tak akan pernah bisa penulis lupakan;
16. Keluarga DPM U KBM UNILA 2025 yang tak dapat penulis sebutkan semuanya. Terima kasih senantiasa mendampingi penulis bertumbuh menyelesaikan amanah;
17. Keluarga LDK UNILA, bangga berada di lingkungan yang selalu saling mendukung untuk menjadi lebih baik;
18. Kawan-Kawan Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang sangat saya banggakan. Terima kasih atas pengalaman dan kerja sama nya mengabdikan di Desa Purwodadi, Kecamatan Way Sulan, Kabupaten Lampung Selatan;
19. Semua pihak yang tak dapat penulis sebutkan satu persatu yang menjadi saksi perjuangan dalam berproses di Universitas Lampung. Terima kasih atas segala bantuan dan dukungannya;
20. Kepada diri sendiri Muhammad Hari Alfatah HR, terima kasih telah mengusahakan semua hal baik, selalu bertahan dalam kondisi apapun, yang terus berproses untuk menggapai cita-cita. Terima kasih karena selalu menjadi orang baik dan teruslah berbuat baik kepada siapa pun dan di mana pun berada;
21. Almamater kebanggaanku, Fakultas Hukum Universitas Lampung.

Penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini karena keterbatasan dan pengetahuan yang dimiliki, maka dari itu kritik, saran dan masukan dari semua pihak sangat diharapkan untuk kesempurnaan skripsi ini.

Bandar Lampung, 09 Juni 2026

Penulis,

Muhammad Hari Alfatah HR

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
HALAMAN JUDUL	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
PERNYATAAN	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
MOTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
SANWACANA	x
DAFTAR ISI	xiii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian	8
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	8
II. TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Tinjauan Umum Tentang Hak Kekayaan Intelektual (HKI)	10
2.2 Tinjauan Umum Tentang Merek	12
2.2.1 Pengertian Merek	12
2.2.2 Unsur-Unsur Merek	14
2.2.3 Fungsi Merek	15
2.2.4 Jenis-Jenis Merek dan Pendaftaran Merek	16
2.3 Perlindungan Hukum Terhadap Merek	18
2.4 Prinsip Itikad Baik dalam Pendaftaran Merek	21
2.4.1 Pengertian Itikad Baik dan Tidak Baik	21
2.4.2 Indikator Pendaftaran Merek dengan Itikad Baik dan Tidak Baik	22
2.4.3 Asas Itikad Baik dalam Pendaftaran Merek	24

2.5 Tinjauan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis	26
2.5.1 Tujuan dan Ruang Lingkup UU Merek	26
2.5.2 Pasal 21 Ayat (1) dan (3) UU No. 20 Tahun 2016	27
2.6 Kerangka Pikir	28
III. METODE PENELITIAN	30
3.1 Jenis Penelitian	30
3.2 Tipe Penelitian	30
3.3 Pendekatan Masalah	31
3.4 Data dan Sumber Data	31
3.5 Metode Pengumpulan Data	32
3.6 Metode Pengolahan Data	33
3.7 Analisis Data	34
IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Bentuk Perlindungan Hukum Merek Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis	35
4.1.1 Perlindungan Preventif	38
4.1.2 Perlindungan Represif	51
4.2 Penerapan Ketentuan Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis terhadap Pendaftaran Merek yang Diajukan dengan Iktikad Tidak Baik Berdasarkan Putusan Mahkamah Agung Nomor 988 K/Pdt.Sus-HKI/2024	63
V. PENUTUP	91
5.1 Kesimpulan	91
5.2 Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	94

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Merek memiliki peran yang sangat penting sebagai identitas dagang yang membedakan produk atau jasa satu pelaku usaha dengan pelaku usaha lainnya. Merek bukan hanya sekadar nama, logo, atau simbol visual semata, melainkan cerminan dari reputasi, nilai, dan kualitas yang diusung oleh suatu entitas bisnis. Sebuah merek dapat menciptakan persepsi tertentu di benak konsumen yang pada akhirnya memengaruhi keputusan pembelian, loyalitas pelanggan, serta daya saing suatu produk di pasar. Di tengah menjamurnya pelaku usaha yang menawarkan produk serupa, merek menjadi alat pembeda yang strategis, yang memungkinkan konsumen mengenali dan memilih produk tertentu dibandingkan produk lain yang sejenis.¹ Oleh karena itu, pelaku usaha secara aktif membangun dan mengembangkan merek sebagai aset tak berwujud yang memiliki nilai ekonomis tinggi.

Merek juga berfungsi sebagai instrumen hukum yang memberikan perlindungan terhadap hak-hak pemilikinya. Dalam hal ini, merek menjadi bagian dari kekayaan intelektual yang harus dilindungi dari berbagai bentuk pelanggaran seperti penjiplakan tanpa izin. Perlindungan merek menjadi sangat penting karena menyangkut kepercayaan publik dan keberlangsungan usaha pemilikinya. Tanpa perlindungan yang memadai, reputasi bisnis yang telah dibangun melalui proses panjang dan penuh usaha bisa dengan mudah dicemari oleh tindakan tidak etis dari pihak lain yang sengaja memanfaatkan kemiripan merek untuk mengelabui

¹ Khafidah Audia Umar et al., “Analisis Pengaruh Branding terhadap Keputusan Pembelian Konsumen,” *Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner* 2, no. 1 (2025): hlm. 1859–1871.

konsumen atau meraih keuntungan secara tidak sah.² keberadaan sistem perlindungan merek yang efektif memiliki peranan penting dalam menciptakan kepastian hukum, baik untuk melindungi hak pemilik merek maupun untuk menjamin keamanan dan kepercayaan konsumen sebagai pengguna barang atau jasa.

Merek bukanlah sekadar label yang melekat pada suatu produk, melainkan representasi dari reputasi dan kepercayaan yang dibangun secara konsisten antara pelaku usaha dan konsumennya. Ketika seseorang melihat atau mendengar sebuah merek, yang terlintas bukan hanya nama atau simbol visual, melainkan pengalaman, kualitas, dan nilai yang pernah mereka rasakan terhadap produk atau jasa tersebut. Dalam hal ini, merek memainkan peran psikologis yang sangat penting karena menjadi penanda atas kualitas yang diharapkan oleh konsumen. Kepercayaan yang tumbuh dalam benak konsumen terhadap sebuah merek tidak dibentuk dalam waktu singkat, melainkan melalui akumulasi pengalaman positif, pelayanan yang memuaskan, serta integritas dari pemilik usaha dalam menjaga konsistensi mutu. Reputasi inilah yang membuat konsumen bersedia kembali membeli, bahkan merekomendasikan produk kepada orang lain.³ Oleh karena itu, merek tidak hanya memiliki nilai komersial, tetapi juga nilai emosional yang memperkuat hubungan antara konsumen dan pelaku usaha.

Peningkatan nilai strategis dan emosional dari sebuah merek, muncul pula ancaman penyalahgunaan yang dapat merusak reputasi dan kepercayaan konsumen. Di sinilah peran perlindungan hukum menjadi sangat penting untuk menjaga integritas merek dan menjamin keberlanjutan usaha di tengah persaingan yang semakin kompleks. Dalam persaingan bisnis yang terbuka dan semakin dinamis, setiap pelaku usaha memiliki hak untuk berinovasi dan mengembangkan mereknya sebagai wujud dari identitas dan reputasi dagangnya. Namun, tanpa adanya jaminan hukum yang kuat, pelaku usaha akan selalu berada dalam bayang-bayang risiko penyalahgunaan, peniruan, atau pembajakan merek oleh pihak-pihak yang tidak

² Andika Richardo Kaparang, "Penegakan Hukum Terhadap Pelanggaran Merek Berdasarkan Ketentuan Perundang-Undangan di Indonesia," *Jurnal Fakultas Hukum Unsrat Lex Privatum* 13, no. 2 (2024): hlm. 1–7.

³ Febi Ramadhani Rusdin et al., *Digital Branding (Strategi Merek di Dunia Digital)* (Bandung: Widina Media Utama, 2025), hlm. 156.

bertanggung jawab. Kerugian finansial bagi pemilik merek bukan hanya ditimbulkan oleh perbuatan tersebut, tetapi terciptanya persaingan usaha yang sehat dan adil di dalam pasar juga berpotensi terganggu.⁴ Pelaku usaha yang beritikad baik dan membangun merek dengan usaha sendiri dapat kalah bersaing dengan pihak yang meniru merek demi keuntungan instan. Keberadaan sistem hukum memberikan perlindungan merek menjadi krusial guna memastikan bahwa persaingan usaha berlangsung secara fair, transparan, dan berlandaskan etika.

Perkembangan sengketa merek di Indonesia menunjukkan bahwa merek-merek besar baik internasional maupun nasional sering menghadapi tantangan hukum yang serius akibat pelanggaran, penggunaan tanpa izin, hingga brand squatting. Kasus-kasus seperti TikTok vs. pemilik nama lokal pada tahun 2023-2024, Hugo Boss vs. serupa pendaftar lokal, dan Gudang Garam vs. Gudang Baru menunjukkan pola sengketa yang terus meningkat dan berdampak strategis terhadap perlindungan merek.⁵ Kasus nyata menunjukkan bahwa perlindungan terhadap merek semakin menjadi isu krusial di Indonesia. Banyak pendaftar lokal yang mampu memanfaatkan celah hukum (*brand squatting*) atau paling tidak membuat litigasi panjang terhadap korporasi besar global. Sistem perlindungan hukum yang efektif termasuk penegakan UU Merek menjadi semakin penting untuk memastikan keadilan dan iklim usaha yang sehat.

Pengaturan hukum melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (Selanjutnya disebut dengan UU MIG) telah dibentuk oleh negara guna menjamin perlindungan merek secara efektif serta mencegah penyalahgunaan oleh pihak yang tidak berhak. Undang-undang ini hadir sebagai pembaruan dari regulasi sebelumnya, untuk menjawab berbagai tantangan dalam perlindungan kekayaan intelektual, termasuk di dalamnya perlindungan terhadap merek. UU MIG mengatur secara sistematis mengenai definisi, pendaftaran, hak atas merek, larangan penggunaan, serta mekanisme penyelesaian sengketa yang

⁴ Rizaldi Julius, *Perlindungan Kemasan Produk Merek Terkenal Terhadap Persaingan Curang di Indonesia* (2024), hlm. 69.

⁵ Aulina Nadhira Mirranti, "4 Kasus Sengketa Merek Terbaru di Indonesia dan Penyelesaiannya Sesuai UU Merek," *Golaw.id*, April 20, 2025, diakses Juli 6 Pukul 22.47 WIB, 2025, <https://golaw.id/blog/4-kasus-sengketa-merek-terbaru-di-indonesia-dan-penyelesaiannya-sesuai-uu-merek/>

melibatkan pelanggaran hak merek. Tujuan utamanya yakni guna menciptakan kepastian hukum serta memberikan perlindungan yang adil untuk pemilik merek atas hasil kreativitas dan reputasi yang telah mereka bangun.⁶

Aspek penting dari UU MIG adalah pengakuan terhadap merek yang memiliki perlindungan lebih luas dibandingkan merek biasa. Perlindungan tetap diperoleh oleh merek walaupun belum didaftarkan pada kelas barang atau jasa tertentu, sepanjang pengenalannya secara luas oleh masyarakat serta reputasinya yang baik dapat dibuktikan. Ketentuan tersebut diatur dalam Pasal 21 ayat (1) huruf b dan c, yang menegaskan bahwa permohonan merek akan ditolak apabila ditemukan adanya persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek milik pihak lain, baik untuk barang/jasa sejenis maupun berbeda. Hal ini menunjukkan bahwa UU Merek telah mengadopsi prinsip perlindungan yang bersifat preventif, guna mencegah terjadinya potensi kebingungan di masyarakat dan upaya pemboncengan nama besar merek oleh pihak lain.

Keberadaan UU Nomor 20 Tahun 2016, diharapkan pelaku usaha dapat memiliki perlindungan hukum yang lebih pasti dalam membangun dan mempertahankan mereknya, termasuk menghadapi praktik penjiplakan atau penggunaan merek secara tidak sah. Regulasi ini juga menjadi penegas posisi negara dalam mendukung sistem kekayaan intelektual yang adil, kredibel, dan adaptif terhadap dinamika perdagangan modern. Oleh karena itu, pemahaman dan penerapan yang tepat terhadap ketentuan-ketentuan dalam UU ini sangat penting, baik oleh pelaku usaha, aparat penegak hukum, maupun masyarakat luas sebagai konsumen.

Penerapan perlindungan hukum terhadap merek di lapangan tidak selalu berjalan mulus. Dalam praktiknya, masih ditemukan berbagai permasalahan yang menunjukkan adanya upaya pendaftaran merek oleh pihak-pihak yang tidak berhak, baik karena persamaan secara substantif dengan merek terdahulu maupun karena motif tidak jujur dari pihak pemohon. Salah satu isu yang paling sering muncul adalah tindakan pendaftaran merek oleh pihak yang sebelumnya memiliki

⁶ Dwi Seno Wijanarko dan Slamet Pribadi, "Perlindungan Hukum Preventif terhadap Merek Dagang di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis," *Logika: Jurnal Penelitian Universitas Kuningan* 13, no. 02 (2022): hlm. 192–201.

hubungan bisnis atau kontraktual dengan pemilik merek asli, tetapi kemudian secara sepihak mengklaim nama atau unsur merek tersebut untuk kepentingannya sendiri. Hal ini menciptakan sengketa yang tidak hanya merugikan secara ekonomi, tetapi juga berdampak pada reputasi merek di mata konsumen dan kestabilan iklim usaha yang sehat.

Kondisi tersebut digambarkan melalui sengketa antara Tuyem selaku pemilik sah merek “Warung Makan Ibu Gambreng” dengan pihak yang mendaftarkan merek “Nasi Gambreng Bu Esti” hingga perkara tersebut dilanjutkan ke Mahkamah Agung. Dalam Putusan Mahkamah Agung Nomor 988 K/Pdt.Sus-HKI/2024 dijelaskan bahwa merek “Warung Makan Ibu Gambreng” dimiliki secara sah oleh Tuyem dan telah tercatat dalam Daftar Umum Merek Nomor IDM 000231326 sejak 7 Januari 2010 pada kelas jasa 43, sehingga hak eksklusif atas merek tersebut secara hukum telah diberikan kepadanya.

Kasus ini bermula dari hubungan waralaba antara kedua belah pihak, di mana Tuyem sebagai penggugat memberikan izin penggunaan merek kepada Mujiat, Surati, Utami Dewi Pangesti, Dwi Septiani Putri, Tri Sevillea dan Khalidah Azhar sebagai para Tergugat. Namun seiring waktu, setelah usaha *franchise* tersebut berkembang dan dikenal masyarakat, Para Tergugat justru mendaftarkan merek dengan unsur “Gambreng” tanpa seizin pemilik asli, bahkan dengan nama yang mirip dan untuk jasa sejenis. Padahal, unsur “Gambreng” adalah identitas unik yang sudah melekat dengan warung milik Penggugat sejak lama dan telah didaftarkan secara sah sejak tahun 2010. Tindakan Para Tergugat tersebut kemudian dinilai sebagai bentuk pendaftaran merek dengan itikad tidak baik, yang dilarang dalam Pasal 21 ayat (3) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016. Penggunaan kata “Gambreng” sebagai unsur dominan dalam kedua merek terbukti berpotensi menyesatkan konsumen dan membingungkan publik, apalagi mengingat bahwa sebelumnya Para Tergugat memiliki pengetahuan langsung terhadap eksistensi dan kekuatan merek milik Penggugat. Mahkamah Agung dalam Putusan Nomor 988 K/Pdt.Sus-HKI/2024 pun akhirnya mengabulkan permohonan kasasi dari pemilik merek asli, membatalkan pendaftaran merek “Nasi Gambreng Bu Esti”, dan menyatakan bahwa Para Tergugat tidak berhak menggunakan nama tersebut karena adanya indikasi kuat peniruan dan penjiplakan yang merugikan pemilik merek.

Kasus penggunaan unsur nama “Gambreng” dalam usaha warung makan bukan hanya menjadi sengketa hukum biasa, tetapi juga dikenal luas oleh masyarakat, khususnya di Provinsi Lampung. Nama “Warung Makan Ibu Gambreng” telah memiliki pengenalan publik yang cukup kuat di lingkungan masyarakat lokal, sehingga ketika muncul penggunaan unsur nama yang serupa oleh pihak lain, hal tersebut menimbulkan perhatian publik serta potensi kebingungan konsumen. Popularitas nama tersebut di tingkat lokal menunjukkan bahwa merek tidak hanya memiliki nilai ekonomi, tetapi juga nilai sosial dan reputasi yang melekat pada pelaku usaha. Ditunjukkan oleh keadaan tersebut bahwa sengketa merek bukan hanya menimbulkan kerugian bagi pihak yang berperkara, tetapi juga dapat menyebabkan menurunnya kepercayaan masyarakat terhadap identitas suatu usaha.

Putusan Nomor 988 K/Pdt.Sus-HKI/2024 telah digunakan oleh Mahkamah Agung untuk menyatakan bahwa pendaftaran merek “Nasi Gambreng Bu Esti” dilakukan dengan itikad tidak baik sehingga pembatalannya ditetapkan, namun penggunaan merek tersebut pada kenyataannya masih dijumpai di lapangan. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara perlindungan hukum secara normatif dengan implementasinya dalam praktik. Putusan pengadilan yang telah memperoleh kekuatan hukum tetap pada dasarnya diharapkan mampu menciptakan kepastian hukum serta menghentikan seluruh tindakan pelanggaran terhadap merek, namun dalam praktiknya penggunaan merek tersebut masih tetap dilakukan oleh pihak yang tidak memiliki hak akibat lemahnya pelaksanaan penegakan hukum dan kurang optimalnya pengawasan dari pihak yang berwenang. Oleh karena itu, fenomena ini menjadi penting untuk dikaji lebih lanjut sebagai bentuk evaluasi terhadap efektivitas perlindungan hukum merek di Indonesia, khususnya dalam menjamin hak eksklusif pemilik merek dari tindakan penggunaan tanpa izin oleh pihak lain.

Penelitian terhadap kasus ini menjadi penting untuk dilakukan karena memberikan gambaran nyata mengenai bagaimana perlindungan hukum merek diterapkan dalam praktik, khususnya terhadap pelaku usaha skala lokal yang telah membangun reputasi usahanya dalam waktu yang lama. Penerapan asas itikad baik oleh pengadilan dalam menentukan legalitas pendaftaran merek yang mempunyai persamaan dengan merek yang telah lebih dahulu dikenal publik juga perlu ditelaah

dalam penelitian ini. Melalui kajian terhadap kasus tersebut, pengembangan kajian hukum kekayaan intelektual diharapkan dapat diperkaya serta wawasan kepada pelaku usaha mengenai urgensi pendaftaran dan perlindungan merek berdasarkan ketentuan hukum dapat diberikan. Relevansi kajian ini juga dapat dilihat dalam perkembangan sistem perlindungan merek di Indonesia, terutama terhadap fenomena pendaftaran merek yang dilakukan dengan itikad tidak baik. Oleh karenanya, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Perlindungan Hukum terhadap Pemilik merek Warung Makan Ibu Gambreng (Studi Putusan Mahkamah Agung Nomor 988/Pdt.Sus-HKI/2024)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Mengacu pada uraian latar belakang tersebut, maka permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana perlindungan hukum merek berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis?
2. Bagaimana penerapan ketentuan Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis terhadap pendaftaran merek yang diajukan dengan itikad tidak baik, berdasarkan Putusan Mahkamah Agung Nomor 988 K/Pdt.Sus-HKI/2024?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis bentuk perlindungan hukum terhadap merek berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.
2. Untuk memahami bentuk penerapan ketentuan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 terhadap pendaftaran merek yang dilakukan dengan itikad tidak baik, sebagaimana tercermin dalam Putusan Mahkamah Agung Nomor 988 K/Pdt.Sus-HKI/2024.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik dari segi pengembangan ilmu pengetahuan maupun penerapannya dalam praktik. Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu mendukung perkembangan ilmu hukum, terutama di bidang kekayaan intelektual mengenai perlindungan merek. Hasil penelitian dapat dijadikan rujukan akademis bagi peneliti dan kalangan akademik dalam mengkaji pendaftaran merek beritikad buruk serta penerapan UU MIG dalam praktik peradilan.

2. Secara Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan bagi pelaku usaha, aparat penegak hukum, dan masyarakat mengenai urgensi perlindungan hukum terhadap merek. Di samping itu, hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk meminimalkan praktik pendaftaran merek yang dilakukan secara melawan hukum serta mendukung terwujudnya persaingan usaha yang sehat dan berkeadilan.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini difokuskan pada kajian mengenai bentuk serta penerapan perlindungan hukum terhadap merek berdasarkan ketentuan dalam UU MIG. Secara khusus, aspek yuridis terkait pendaftaran merek yang dilakukan dengan itikad tidak baik sebagaimana diatur dalam Pasal 21 ayat (3) Undang-Undang tersebut dijadikan sebagai titik berat dalam penelitian ini.

Penelitian ini juga akan mengkaji secara spesifik kasus sengketa antara pemilik merek “Warung Makan Ibu Gambreng” dengan “Nasi Gambreng Bu Esti”, yang telah memperoleh putusan final dari Mahkamah Agung Republik Indonesia melalui Putusan Nomor 988 K/Pdt.Sus-HKI/2024. Analisis akan difokuskan pada pertimbangan hukum majelis hakim Mahkamah Agung dan bagaimana putusan tersebut dapat dijadikan sebagai preseden atau pedoman normatif dalam penerapan perlindungan merek di Indonesia. Secara geografis, ruang lingkup penelitian ini terbatas pada yurisdiksi hukum Indonesia, dan secara temporal merujuk pada

ketentuan hukum positif yang berlaku saat ini, khususnya setelah berlakunya Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016. Penelitian ini tidak membahas aspek internasional atau lintas yurisdiksi terkait merek, serta tidak meneliti aspek non-hukum seperti pemasaran atau psikologi konsumen.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Umum Tentang Hak Kekayaan Intelektual (HKI)

Hak Kekayaan Intelektual (HKI) merupakan hak hukum yang bersifat eksklusif yang diberikan kepada individu atau badan hukum atas karya yang dihasilkan dari olah pikir manusia, seperti ciptaan dalam bidang seni, sastra, ilmu pengetahuan, teknologi, dan lain sebagainya. Karya-karya intelektual tersebut dapat berupa hasil karya cipta di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra, serta hasil penemuan (invensi) di bidang teknologi. HKI bertujuan untuk melindungi karya intelektual agar tidak digunakan tanpa izin atau hak dari penciptanya. Perlindungan HKI sangat penting bagi pembangunan yang sedang berlangsung di Indonesia, karena dapat mendorong inovasi dan kreativitas masyarakat.⁷

HKI terbagi menjadi dua kategori utama, yaitu hak cipta dan hak kekayaan industri. Berikut diantaranya, yakni:

- a. Hak cipta adalah hak eksklusif bagi pencipta atau penerima hak untuk mengumumkan atau memperbanyak ciptaannya atau memberikan izin untuk itu dengan tidak mengurangi pembatasan-pembatasan menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- b. Sedangkan hak kekayaan industri meliputi paten, merek, desain industri, indikasi geografis, rahasia dagang, dan desain tata letak sirkuit terpadu. Masing-masing kategori ini memiliki karakteristik dan perlindungan hukum yang berbeda sesuai dengan jenis karya atau inovasi yang dihasilkan.⁸

⁷ Nanda Dwi Rizkia and Hardi Fardiansyah, *Hak Kekayaan Intelektual: Suatu Pengantar* (Bandung: Widina Media Utama, 2022), hlm. 14.

⁸ Abdul Atsar, *Mengenal Lebih Dekat Hukum Hak Kekayaan Intelektual* (Yogyakarta: Budi Utama, 2018), hlm. 22.

HKI memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan inovasi. Dengan adanya perlindungan hukum terhadap karya intelektual, para pencipta dan penemu mendapatkan insentif untuk terus berinovasi dan menciptakan karya-karya baru. Selain itu, HKI juga memberikan kepastian hukum bagi pelaku usaha dalam menjalankan bisnisnya, terutama dalam hal penggunaan merek dagang dan paten. Perlindungan HKI juga dapat meningkatkan daya saing produk lokal di pasar internasional.⁹

Perlindungan HKI juga memiliki dimensi etis dan filosofis. Menurut pandangan epistemologi, perlindungan HKI merupakan bentuk penghargaan terhadap ide intelektual seseorang yang lahir secara alamiah sebagai pemberian dari Tuhan. Setiap manusia diciptakan dengan kelebihan-kelebihan, termasuk kelebihan ide intelektual yang berbeda satu sama lain.¹⁰ Dengan adanya perlindungan tersebut, masyarakat akan terdorong untuk terus berkarya, berinovasi, dan mengembangkan ilmu pengetahuan, teknologi, seni, maupun budaya, sehingga pada akhirnya dapat memberikan manfaat yang lebih luas bagi kemajuan bangsa dan kesejahteraan masyarakat.

HKI berperan sebagai instrumen yang mendukung terciptanya iklim persaingan usaha yang sehat. Adanya pengakuan dan perlindungan terhadap hak atas karya intelektual dapat mencegah terjadinya tindakan peniruan, pembajakan, maupun penggunaan tanpa izin yang merugikan pencipta atau pemilik hak. Dalam konteks perdagangan dan industri, perlindungan HKI memberikan jaminan keamanan hukum bagi pelaku usaha untuk mengembangkan produk, merek, maupun teknologi yang dimilikinya. Dengan demikian, sistem HKI tidak hanya melindungi kepentingan individu, tetapi juga berkontribusi terhadap peningkatan investasi, perkembangan industri kreatif, serta kemajuan perekonomian nasional.

⁹ Amiruddin, Dimas Raka Prananda, and Minta Ito Hutagalung, "Menguasai Hak Kekayaan Intelektual," *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ilmu Ekonomi (Jasmien)* 4, no. 4 (2024): hlm 89–96.

¹⁰ Yulia Nizwana & Rahdiansyah, "Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) Ditinjau dari Epistemologi," *UIR Law Review* 3, no. 2 (2019): hlm. 34–40.

2.2 Tinjauan Umum Tentang Merek

2.2.1 Pengertian Merek

Merek merupakan tanda yang digunakan untuk membedakan barang atau jasa yang diproduksi oleh satu pihak dengan pihak lainnya. Menurut Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, 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 bukan hanya identitas visual, tetapi juga memiliki unsur legal yang memberikan perlindungan kepada pemiliknya dari tindakan penyalahgunaan oleh pihak lain.

Adapun pengertian merek menurut beberapa ahli, diantaranya yakni:¹¹

a. Menurut H.M.N. Purwo Sujipto

Merek adalah sebuah simbol yang berfungsi memberikan identitas pada suatu benda tertentu, sehingga benda tersebut bisa dikenali dan dibedakan dari benda lain yang memiliki jenis serupa.

b. Menurut Tirtaamidjaya (mengutip Vollmar via Ok. Saidin)

Merek pabrik atau merek dagang adalah suatu tanda yang ditempelkan pada produk atau kemasannya, yang berguna untuk membedakan barang tersebut dari produk lain yang memiliki kesamaan jenis.

c. Menurut Harsono Adisumarto

Merek merupakan tanda khusus yang menunjukkan kepemilikan dan membedakan milik seseorang dari milik pihak lain, contohnya seperti pemberian cap pada hewan ternak agar tidak tertukar saat digembalakan di tempat umum.

¹¹ Sonny Johanes, Hendra Haryanto, dan Yessy Kusumadewi, "Perlindungan Hukum Terhadap Pemilik Hak Atas Merek," *Jurnal Krisna Kaw* 3, no. 2 (2021): hlm. 1–11.

d. Menurut Iur Suryatin

Merek berfungsi untuk membedakan suatu barang dari produk lain yang sejenis. Pemberian merek ini memberikan ciri asal, nama, dan jaminan mutu terhadap barang tersebut.

e. Menurut Philip S. James

Merek dagang adalah sebuah simbol yang digunakan oleh produsen atau pedagang sebagai penanda bahwa barang dengan bentuk tertentu tersebut adalah hasil produksi atau miliknya.

Merek merupakan simbol yang berfungsi sebagai identitas untuk membedakan produk atau layanan yang sejenis milik satu pihak baik individu, kelompok, maupun badan hukum dari produk atau layanan sejenis milik pihak lain. Merek tidak hanya menjadi penanda asal produk, tetapi juga mencerminkan kualitas dan digunakan dalam aktivitas perdagangan. Esensi utama dari definisi merek terletak pada keberadaan unsur pembeda yang kuat. Agar suatu tanda dapat dikategorikan sebagai merek, maka harus memiliki kemampuan untuk secara jelas membedakan produk atau jasa suatu entitas dengan milik entitas lain. Tanda ini harus memiliki kekuatan identifikasi yang memadai guna menciptakan diferensiasi dalam pasar.¹²

Definisi merek secara umum merujuk pada suatu tanda yang memiliki fungsi utama sebagai pembeda antara barang atau jasa milik satu pihak dengan pihak lainnya. Definisi ini mencakup unsur visual dan non-visual, baik yang ditetapkan secara hukum melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 maupun yang dikemukakan oleh para ahli. Merek tidak hanya dipandang sebagai simbol identitas, tetapi juga sebagai alat legal yang memiliki kekuatan untuk melindungi hak kepemilikan dan menjamin kualitas dalam aktivitas perdagangan.¹³ Seluruh pengertian tersebut menekankan pentingnya daya pembeda sebagai syarat utama agar suatu tanda dapat disebut sebagai merek.

¹² *Ibid*, hlm 4-5.

¹³ Bernadete Nurmawati, *Hukum Merek* (Jawa Barat: CV Mega Press Nusantara, 2024), hlm. 26.

2.2.2 Unsur-Unsur Merek

Unsur utama dalam suatu merek terdiri atas tiga komponen penting yang menjadi dasar agar merek tersebut dapat didaftarkan dan memperoleh perlindungan hukum.¹⁴

- a. Daya pembeda, yaitu kemampuan merek untuk membedakan barang atau jasa milik suatu pihak dengan barang atau jasa milik pihak lain. Tanpa adanya daya pembeda, merek akan dianggap generik atau deskriptif, sehingga tidak memenuhi syarat perlindungan.
- b. Unsur grafis, yang berarti bahwa merek harus dapat ditampilkan secara visual, seperti dalam bentuk tulisan, gambar, kombinasi warna, suara, atau hologram. Unsur ini penting agar merek dapat didokumentasikan dan dikenali secara jelas dalam proses pendaftaran di lembaga yang berwenang.
- c. Fungsi komersial, yakni bahwa merek tersebut digunakan dalam kegiatan perdagangan secara nyata. Merek yang tidak digunakan secara aktif dalam pasar tidak memiliki nilai ekonomis maupun perlindungan hukum yang memadai.

Ketiga unsur tersebut yakni daya pembeda, unsur grafis, dan fungsi komersial saling melengkapi serta membentuk landasan yuridis yang esensial dalam sistem hukum merek. Ketiganya tidak hanya berfungsi sebagai syarat formil dalam proses permohonan pendaftaran merek, tetapi juga menjadi parameter penting dalam menilai keabsahan, legitimasi, serta kekuatan perlindungan hukum suatu merek dalam praktik. Tanpa adanya daya pembeda, merek tidak mampu menjalankan fungsi utamanya sebagai alat identifikasi yang membedakan produk satu dengan lainnya; tanpa unsur grafis, merek tidak dapat direpresentasikan secara jelas dan tidak memenuhi persyaratan administratif untuk didaftarkan; dan tanpa fungsi komersial, merek kehilangan nilai ekonomisnya serta tidak lagi relevan dalam kegiatan perdagangan.¹⁵

¹⁴ Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, "Merek," Kementerian Hukum RI Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, 2023, <https://www.dgip.go.id/menu-utama/merek/pengenalan>, diakses 7 Juli 2025, pukul 12.02 WIB.

¹⁵ Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merek: Planning & Strategy* (Qiara Media, 2023), hlm. 99.

2.2.3 Fungsi Merek

Merek secara umum berfungsi sebagai identitas utama dari suatu barang atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Merek tidak hanya menjadi simbol atau tanda, tetapi juga merupakan representasi dari kualitas, reputasi, dan nilai-nilai yang melekat pada produk atau layanan tertentu. Fungsi utama merek adalah untuk membedakan suatu produk atau jasa dengan produk atau jasa sejenis yang diproduksi oleh pihak lain. Dengan adanya perbedaan ini, konsumen dapat dengan mudah mengenali dan memilih produk yang sesuai dengan preferensi atau kebutuhan mereka.¹⁶ Unsur daya pembeda dalam suatu merek menjadi sangat penting dan mutlak untuk dipenuhi. Daya pembeda ini bisa berupa nama, logo, warna, kemasan, atau bahkan slogan yang khas, yang secara konsisten digunakan oleh pemilik merek dalam memasarkan produknya.

Fungsi merek juga bisa dijelaskan sebagai berikut:¹⁷

- a. Sebagai simbol identitas, merek berfungsi untuk membedakan suatu produk milik suatu perusahaan dari produk milik perusahaan lain. Selain itu, merek juga menjadi penghubung antara barang atau jasa dengan pihak produsen, sehingga mencerminkan reputasi perusahaan dan memberikan keyakinan kepada konsumen terhadap kualitas produk yang ditawarkan di pasar.
- b. Merek berperan sebagai alat pemasaran yang efektif, di mana produsen memanfaatkan iklan untuk memperkenalkan barang atau jasa yang mereka tawarkan. Dalam hal ini, merek menjadi bagian dari citra positif (*goodwill*) yang digunakan untuk menarik perhatian konsumen. Merek juga menjadi representasi identitas pelaku usaha dalam memperluas jangkauan produknya, sehingga dalam praktiknya, cukup dengan menyebutkan merek saja, konsumen sudah dapat mengenali produk yang dimaksud.
- c. Merek juga berfungsi sebagai penanda mutu atas suatu produk atau layanan. Peran ini memberikan keuntungan ganda, baik bagi produsen sebagai pemegang

¹⁶ Marni Emmy Mustafa, *Aneka Penegakan Hukum Hak Cipta, Paten, Merek dan Indikasi Geografis* (Bandung: PT Alumni, 2022), hlm. 69.

¹⁷ Belardo Prasetya Mega Jaya, Mohamad Fasyehhudin, dan Wardatun Naddifah, "Kebijakan Pemerintah tentang Merek dalam Memberikan Perlindungan Hukum terhadap UMKM," *Jurnal Ilmiah Advokasi* 10, no. 2 (2022): hlm. 98–105.

merek maupun bagi konsumen. Bagi produsen, merek mencerminkan komitmen terhadap kualitas, sementara bagi konsumen, merek menjadi bentuk perlindungan dan kepercayaan atas standar barang atau jasa yang diterima.

- d. Merek juga berfungsi sebagai penanda tempat asal suatu produk atau layanan. Melalui keberadaan merek, konsumen dapat mengenali dan mengaitkan suatu barang atau jasa dengan lokasi geografis atau negara tempat produk tersebut dibuat atau dikembangkan, sehingga menciptakan identitas yang melekat pada asal produksinya.

2.2.4 Jenis-Jenis Merek dan Pendaftaran Merek

Ragam merek yang berlaku di Indonesia diatur dalam UU MIG. Dalam ketentuan tersebut, merek dikategorikan ke dalam tiga jenis utama, yaitu:

- a. Merek Dagang

Merek dagang adalah jenis tanda yang digunakan untuk menunjukkan identitas suatu produk yang diperjualbelikan, baik oleh individu, kelompok, maupun badan hukum, dengan tujuan untuk membedakannya dari produk lain yang serupa. Dalam Pasal 1 angka (2) Undang-Undang Merek, dijelaskan bahwa merek dagang merujuk pada tanda yang dipakai dalam kegiatan perdagangan suatu barang oleh satu pihak atau lebih secara bersama-sama maupun oleh suatu badan hukum, guna menciptakan pembeda dari produk sejenis milik pihak lain.

- b. Merek Jasa

Merek jasa adalah suatu tanda yang digunakan dalam kegiatan perdagangan jasa dan berperan sebagai identitas pembeda. Tanda ini dapat digunakan oleh perorangan, kelompok, atau badan hukum secara bersama-sama, dengan tujuan untuk membedakan layanan yang mereka tawarkan dari jasa sejenis milik pihak lain. Pengertian merek jasa yang termaktub pada Pasal 1 angka (3) Undang-Undang Merek yang berbunyi : *“Merek jasa adalah merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa sejenis lainnya”*.

c. Merek Kolektif

Merek kolektif adalah tanda yang dipakai secara bersama oleh sekelompok orang atau badan hukum pada produk atau layanan yang memiliki ciri khas serupa. Tujuan penggunaan merek ini adalah untuk membedakan barang atau jasa tersebut dari produk atau jasa lain yang ada di pasaran. Pada pengertian merek kolektif terdapat pada Pasal 1 angka (4) Undang-Undang Merek yang berbunyi : *“Merek Kolektif adalah merek yang digunakan pada barang dan/atau jasa dengan karakteristik yang sama mengenai sifat, ciri umum, dan mutu barang atau jasa serta pengawasannya yang akan diperdagangkan oleh orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa sejenis lainnya”*.

Merek memiliki peran yang sangat penting dalam dunia perdagangan, bukan hanya sebagai tanda identitas, tetapi juga sebagai alat pembeda, jaminan mutu, sarana promosi, serta penanda asal suatu produk atau jasa.¹⁸ Fungsi-fungsi tersebut menjadikan merek sebagai elemen strategis yang mendukung reputasi produsen sekaligus memberikan kepercayaan dan kemudahan bagi konsumen dalam mengenali dan memilih produk sesuai kebutuhan mereka.

Pengaturan dalam UU MIG juga menekankan pentingnya pendaftaran merek sebagai bentuk perlindungan hukum yang bersifat konstitutif. Artinya, hak atas merek hanya akan timbul setelah merek tersebut didaftarkan secara resmi kepada negara. Keberadaan merek juga memiliki implikasi hukum yang signifikan dalam hal terjadinya sengketa. Apabila suatu merek digunakan atau didaftarkan dengan itikad tidak baik, maka pemilik merek yang sah dapat mengajukan gugatan pembatalan atau penuntutan hak melalui jalur hukum. Dalam praktiknya, perlindungan terhadap merek tidak hanya bersifat preventif melalui pendaftaran, tetapi juga represif melalui penegakan hukum oleh pengadilan.

¹⁸ Andrian Haro, Loso Judijanto, dan Michael Adhi Nugroho, *Brand Management: Pengetahuan Dasar tentang Manajemen Merek* (Jambi: Sonpedia Publishing Indonesia, 2023), hlm. 39.

2.3 Perlindungan Hukum Terhadap Merek

Perlindungan hukum merupakan bentuk jaminan atas hak-hak individu, khususnya bagi saksi maupun korban, melalui berbagai bentuk bantuan seperti ganti rugi, santunan, layanan kesehatan, serta pendampingan hukum. Tujuan utama dari perlindungan hukum adalah menyalurkan berbagai kepentingan dalam masyarakat, dengan cara mengatur serta membatasi kepentingan tertentu demi menjaga keseimbangan bersama. Secara lebih luas, perlindungan hukum juga dimaknai sebagai langkah preventif dan represif terhadap tindakan penyalahgunaan kekuasaan, guna menciptakan suasana yang tertib dan aman, sehingga setiap orang dapat hidup dengan tenang dan tetap dihargai sebagai manusia yang bermartabat.¹⁹

Perlindungan hukum terhadap merek di Indonesia diatur dalam UU MIG. Undang-undang ini menggantikan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, dengan tujuan untuk menyesuaikan dengan perkembangan hukum internasional dan kebutuhan perlindungan merek yang lebih efektif. Salah satu prinsip utama dalam undang-undang ini adalah sistem "*first to file*", di mana hak atas merek diberikan kepada pihak yang pertama kali mendaftarkan merek tersebut. Hal ini menekankan pentingnya pendaftaran merek sebagai langkah awal untuk memperoleh perlindungan hukum. Selain itu, undang-undang ini juga mengatur mengenai merek, perlindungan terhadap merek yang belum terdaftar namun telah dikenal luas oleh masyarakat, serta sanksi bagi pelanggaran hak atas merek.

Perlindungan hukum terhadap merek dapat dibagi menjadi dua jenis, di antaranya adalah sebagai berikut:

- a. Perlindungan preventif bertujuan untuk mencegah terjadinya pelanggaran hak atas merek melalui pendaftaran merek dan pengawasan terhadap penggunaan merek oleh pihak lain. Selain itu, perlindungan preventif juga dilakukan melalui pengawasan terhadap penggunaan merek oleh pihak lain agar tidak terjadi peniruan, pemboncengan reputasi, maupun penggunaan tanpa hak.
- b. Perlindungan represif dilakukan ketika terjadi pelanggaran hak atas merek, seperti penggunaan merek tanpa izin atau pemalsuan merek, yang dapat

¹⁹ Sonny Johanes, Hendra Haryanto, dan Yessy Kusumadewi, "Perlindungan Hukum Terhadap Pemilik Hak Atas Merek," *Jurnal Krisna Kaw* 3, no. 2 (2021): hlm. 1–11.

diselesaikan melalui gugatan perdata atau tuntutan pidana. Perlindungan ini diwujudkan melalui upaya penegakan hukum, baik melalui gugatan perdata untuk memperoleh ganti rugi maupun melalui tuntutan pidana terhadap pelaku pelanggaran.²⁰

Pelanggaran hak atas merek dapat menimbulkan kerugian yang signifikan bagi pemilik merek, baik secara finansial maupun reputasi. Oleh karena itu, undang-undang memberikan hak kepada pemilik merek untuk mengajukan gugatan perdata atas dasar perbuatan melawan hukum sebagaimana diatur dalam Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Selain itu, pelanggaran hak atas merek juga dapat dikenakan sanksi pidana, seperti yang diatur dalam Pasal 100 hingga Pasal 102 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, dengan ancaman pidana penjara dan/atau denda. Penegakan hukum yang tegas terhadap pelanggaran hak atas merek diharapkan dapat memberikan efek jera dan melindungi kepentingan pemilik merek.

Perlindungan hukum terhadap merek juga memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan inovasi. Dengan adanya perlindungan hukum yang efektif, pelaku usaha akan lebih termotivasi untuk menciptakan merek yang unik dan berkualitas, karena mereka yakin bahwa hak atas merek tersebut akan dilindungi oleh hukum. Selain itu, perlindungan merek juga dapat meningkatkan daya saing produk lokal di pasar internasional, yang pada gilirannya dapat meningkatkan ekspor dan pertumbuhan ekonomi nasional.

Perlindungan hukum terhadap merek juga sangat erat kaitannya dengan prinsip itikad baik (*good faith*) dalam proses pendaftaran maupun penggunaan merek. Setiap pihak yang mengajukan permohonan pendaftaran merek diwajibkan untuk bertindak jujur, tidak meniru, serta tidak memiliki tujuan untuk ketenaran atau reputasi merek milik pihak lain. Dalam praktiknya, banyak sengketa merek yang muncul akibat adanya pendaftaran yang dilakukan dengan itikad tidak baik, seperti meniru merek yang sudah dikenal luas atau memiliki persamaan pada pokoknya.

²⁰ Arrum Budi Lekosono, Agri Chairunisa Isradjuningtias, dan Muhammad Ridha Anshary, "Kajian Terhadap Upaya Perlindungan Hukum Preventif terhadap Merek Dagang di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis," *Journal Humaniora: Jurnal Hukum dan Ilmu Sosial* 1, no. 4 (2023): hlm. 124–129.

Oleh karena itu, undang-undang memberikan mekanisme pembatalan terhadap merek yang didaftarkan secara tidak sah melalui gugatan ke pengadilan.²¹

Perlindungan hukum terhadap merek juga memberikan kepastian hukum yang sangat penting bagi para pelaku usaha dalam menjalankan dan mengembangkan bisnisnya. Dengan adanya pengakuan negara atas hak eksklusif suatu merek, pemilik merek memiliki kewenangan penuh untuk menggunakan, mengalihkan, maupun memberikan lisensi kepada pihak lain.²² Hal ini tentu mendorong pelaku usaha untuk lebih percaya diri dalam melakukan ekspansi usaha, membangun branding, serta meningkatkan kualitas produk atau jasa yang ditawarkan. Tidak hanya bagi produsen, kepastian hukum ini juga memberikan perlindungan bagi konsumen, karena mereka dapat dengan mudah mengidentifikasi produk yang asli dan berkualitas.²³

Perlindungan hukum terhadap merek memiliki peran yang sangat penting dalam menjamin hak eksklusif pemilik merek serta menciptakan kepastian hukum dalam kegiatan usaha. Perlindungan ini diwujudkan melalui mekanisme preventif dan represif yang diatur dalam UU MIG, dengan menekankan prinsip *first to file* serta pentingnya itikad baik dalam pendaftaran dan penggunaan merek. Melalui mekanisme preventif, negara berupaya mencegah terjadinya pelanggaran sejak tahap pendaftaran, sedangkan mekanisme represif memberikan sarana penyelesaian sengketa dan penegakan hukum apabila terjadi pelanggaran. Selain memberikan perlindungan terhadap pelaku usaha dari potensi kerugian finansial dan kerusakan reputasi, sistem hukum merek juga berfungsi untuk menciptakan iklim persaingan usaha yang sehat, mendorong inovasi produk dan jasa, serta memberikan jaminan perlindungan kepada konsumen agar tidak tertipu oleh penggunaan merek yang menyesatkan. Dengan demikian, penegakan hukum yang konsisten dan efektif terhadap pelanggaran merek menjadi kunci utama dalam menciptakan lingkungan usaha yang adil, tertib, kompetitif, dan berkelanjutan.

²¹ Rudi Margono, *Sengketa Merek: Teknik Pembuktian Itikad Tidak Baik* (Jakarta, 2026), hlm. 27.

²² Setya Indrawanto, *Merajut Keberlanjutan Usaha: Panduan Hukum Dagang dan Bisnis* (Jakarta: Indonesia Delapan Kreasi Nusa, 2024), hlm. 36.

²³ Haris Hamid, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia* (Makasar: Sah Media, 2017), hlm. 134.

2.4 Prinsip Itikad Baik dalam Pendaftaran Merek

2.4.1 Pengertian Itikad Baik dan Tidak Baik

Itikad baik merupakan sikap atau perilaku yang mencerminkan komitmen untuk memenuhi janji sesuai hak pihak lain, tanpa mencari-cari alasan untuk menghindari kewajiban berdasarkan norma kepatutan dan rasionalitas yang berlaku dalam masyarakat. Standar objektif ini digunakan untuk menilai perilaku para pihak dan dapat berfungsi membatasi bahkan menghapus kewajiban kontraktual jika situasinya berubah sedemikian rupa sehingga pelaksanaan perjanjian menjadi tidak adil.²⁴ Andoko dan Salman Paris Harahap juga menjelaskan bahwa itikad baik adalah sikap berpegang teguh pada perjanjian untuk memberikan hak kepada pihak lain tanpa mencari celah hukum untuk lepas dari kewajiban, berdasarkan norma objektif umum di masyarakat. Ia bukan semata niat subjektif, melainkan perilaku yang diuji norma umum masyarakat.²⁵

Itikad tidak baik adalah suatu sikap atau tindakan hukum yang dilakukan dengan niat tersembunyi, penuh tipu daya, atau bertentangan dengan prinsip kejujuran dan kepatutan. Dalam hukum perdata, seseorang dikatakan beritikad tidak baik apabila ia mengetahui bahwa tindakannya dapat merugikan pihak lain, tetapi tetap melanjutkan perbuatan hukum tersebut demi keuntungan pribadi. Tindakan semacam ini sering kali dilakukan dengan cara menyembunyikan fakta, memanipulasi informasi, atau bertindak melawan kewajiban yang telah disepakati. Itikad tidak baik mencerminkan penyimpangan dari norma objektif yang berlaku dalam masyarakat. Ia bukan hanya dilihat dari niat pribadi (subjektif), melainkan juga dari bagaimana perbuatan tersebut bertentangan dengan kepatutan umum yang berlaku dalam hubungan hukum antarsubjek. Dalam hal ini, pelaku tidak dapat berlindung di balik alasan ketidaktahuan jika secara wajar ia seharusnya tahu bahwa perbuatannya melanggar hukum atau merugikan orang lain.²⁶

²⁴ Bambang Fitrianto, "Kajian Perdata Itikad Baik dalam Hukum Perjanjian," *Jurnal Abdi Ilmu* 6, no. 1 (2023): hlm. 28–32.

²⁵ Andoko dan Salman Paris Harahap, "Membangun Konsep Ideal Penerapan Asas Itikad Baik dalam Hukum Perjanjian," *Jurnal Hukum Responsif* 7, no. 2 (2019): hlm. 53–67.

²⁶ Afif Khalid, "Analisis Itikad Baik sebagai Asas Hukum Perjanjian," *Jurnal Legal Reasoning* 5, no. 2 (2023): hlm. 109–122.

2.4.2 Indikator Pendaftaran Merek dengan Itikad Baik dan Tidak Baik

Pendaftaran merek dengan itikad baik berarti pemohon mendaftarkan merek secara jujur, wajar, dan sesuai tujuan komersial tanpa bermaksud meniru, membonceng, atau menghalangi hak pihak lain. Prinsip ini ditekankan dalam UU MIG, serta diperkuat oleh berbagai putusan pengadilan dalam sengketa merek. Menurut Afif Khalid, itikad baik dalam pendaftaran merek dapat dinilai dari niat, proses, dan kepatuhan pemohon terhadap norma kepatutan dan kejujuran dalam praktik dagang.²⁷ Berikut adalah beberapa yang termasuk dalam indikator itikad baik:²⁸

- a. pemohon menciptakan merek sendiri tanpa menjiplak milik pihak lain;
- b. merek digunakan secara nyata dalam kegiatan usaha yang sah;
- c. prosedur pendaftaran dijalankan sesuai hukum dan tidak ada pemalsuan dokumen;
- d. tidak ditemukan motif untuk menghambat hak pihak lain dalam menggunakan merek serupa;
- e. pemohon bersikap kooperatif apabila terjadi sengketa atau keberatan dari pihak ketiga.

Penilaian terhadap itikad tidak baik dalam praktik hukum merek juga didasarkan pada sejumlah indikator, antara lain:

- a. hubungan sebelumnya antara pemohon dan pemilik merek asli;
- b. pengetahuan atau penguasaan atas merek yang ditiru;
- c. adanya motif untuk menghambat atau menyandera penggunaan merek oleh pihak yang berhak;
- d. serta adanya kemiripan signifikan pada nama, logo, atau unsur lain dari merek yang telah lebih dulu dikenal.

Pendaftaran merek dengan itikad tidak baik terjadi apabila suatu pihak mengajukan permohonan pendaftaran merek dengan maksud yang tidak jujur, seperti untuk meniru, membonceng ketenaran pihak lain, atau untuk menghalangi penggunaan merek oleh pemilik aslinya. Indikatornya yaitu diantaranya:

²⁷ Afif Khalid, *op. cit.*, hlm. 116.

²⁸ *Ibid*, hlm. 116.

a. Peniruan Atau Kesamaan

Salah satu indikator utama dari pendaftaran yang tidak beritikad baik adalah adanya peniruan atau kesamaan dengan merek yang telah lama digunakan oleh pihak lain, baik di dalam maupun luar negeri. Dalam praktiknya, pemohon sering kali mencoba meniru nama, logo, atau kemasan yang memiliki reputasi tinggi agar memperoleh keuntungan tanpa membangun citra merek secara mandiri.²⁹

b. Hubungan atau Keterkaitan Antara Pemohon dengan Pemilik Merek Asli

Indikator lainnya adalah hubungan atau keterkaitan antara pemohon dengan pemilik merek asli. Jika pemohon pernah memiliki hubungan kerja sama, hubungan dagang, atau kedekatan lainnya dengan pemilik merek yang ditiru, maka pendaftaran tersebut dapat dicurigai dilakukan dengan itikad tidak baik. Apabila pemohon memiliki akses informasi terhadap aktivitas merek yang sudah digunakan lebih dulu, namun tetap mendaftarkannya untuk kepentingan pribadi, maka hal tersebut menunjukkan niat yang tidak jujur.³⁰

c. Ketidaksesuaian antara Jenis Barang/Jasa yang Didaftarkan dengan Penggunaan Nyata Di Lapangan

Indikator lain adalah ketidaksesuaian antara jenis barang/jasa yang didaftarkan dengan penggunaan nyata di lapangan. Jika merek tersebut tidak digunakan sebagaimana mestinya dan hanya didaftarkan untuk menghambat atau mencegah pihak lain menggunakan merek tersebut, hal ini juga termasuk pendaftaran dengan itikad tidak baik. Pendaftaran semacam ini sering dilakukan untuk tujuan spekulatif, yakni menjadikan merek sebagai alat negosiasi atau gugatan terhadap pihak yang sebenarnya berhak atas merek tersebut.³¹

²⁹ Satya Lejar Wijaya, Budi Santoso, dan Edy Sismarwoto, "Pembuktian Asas Itikad Baik dan Itikad Tidak Baik dalam Sengketa Merek Terkenal 'Superman' antara DC Comics Melawan PT Marxing Fam Makmur (Studi Kasus Putusan Nomor 29/Pdt.Sus/Merek/2019/PN Niaga Jkt.Pst)," *Diponegoro Law Journal* 11, no. 2, hlm. 180.

³⁰ Gusti Muhammad Farhan, Masduki Ahmad, dan Siti Intihani, "Analisis Yuridis Aspek Itikad Tidak Baik dalam Penerapan Prinsip *Business Judgement Rule* yang Dilakukan oleh Direksi Perusahaan dalam Perspektif Kepastian Hukum," *Jurnal Hukum Jurisdictione* 7, no. 1 (2025): hlm. 23–44.

³¹ Wisnu Pramudya, *Analisis Itikad Tidak Baik (Bad Faith) dalam Pendaftaran dan Penggunaan Nama Domain Internet* (Skripsi, Universitas Islam Indonesia, 2016), hlm. 36.

d. Ketidakwajaran dalam Pendaftaran

Selain itu, ketidakwajaran dalam pendaftaran juga bisa menjadi indikator. Misalnya, merek didaftarkan dalam jumlah besar oleh satu pihak, dengan nama-nama yang serupa dengan berbagai merek, atau dilakukan oleh individu/badan yang tidak bergerak dalam bidang usaha terkait. Hal ini menunjukkan niat untuk menyandera merek demi kepentingan finansial, seperti menjual kembali merek tersebut atau menggugat pihak yang lebih berhak. Praktik semacam ini sering dikenal dengan istilah *trademark squatting*.³²

2.4.3 Asas Itikad Baik dalam Pendaftaran Merek

Asas itikad baik mempunyai kedudukan dan peranan penting dalam suatu perjanjian. Hal ini berdasarkan atas pemikiran bahwa apabila suatu perjanjian dilandasi oleh asas itikad baik dan ditaati serta dilaksanakan secara konsekuen oleh subjek hukum yang membuatnya, maka dapat dipastikan perjanjian yang telah disepakatitidak menimbulkanpermasalahan hukum seperti terjadinya sengketa yang disebabkan salah satu pihak melakukan wanprestasi.³³

Asas Itikad tidak baik terbagi menjadi 2, yakni itikad baik nisbi dan itikad tidak baik mutlak.³⁴

a. Itikad Baik Nisbi

Pada bentuk ini, penilaian terhadap itikad baik dilakukan dengan memperhatikan sikap dan perilaku nyata dari subjek hukum. Fokusnya terletak pada bagaimana tindakan konkret yang dilakukan pihak-pihak terkait dapat mencerminkan niat dan kesungguhan mereka dalam memenuhi kewajiban perjanjian.

b. Itikad Baik Mutlak

Sebaliknya, pada itikad baik mutlak, penilaian didasarkan pada ukuran objektif yang mengacu pada akal sehat, rasa keadilan, serta norma-norma yang berlaku umum di masyarakat. Artinya, perilaku para pihak diukur bukan hanya dari

³² Neisa Ines Tritanaya dan Wiwin Yulianingsih (2022). Perbandingan Perlindungan Hukum Merek antara Prinsip First to File Hukum Indonesia dan Prinsip First to Use pada Hukum Australia. *Yustisia Tirtayasa: Jurnal Tugas Akhir*; 2(3), hlm. 229-243.

³³ Afif Khalid, *op. cit.*, hlm. 112.

³⁴ *Ibid*, hlm. 117.

tindakan lahiriah, tetapi juga dari standar kepatutan yang tidak memihak dan bersifat universal.

Asas itikad baik merupakan fondasi utama dalam pelaksanaan perjanjian yang sehat. Penerapannya, baik secara nisbi maupun mutlak, menjadi tolok ukur dalam menilai sejauh mana para pihak beritikad tulus dan adil dalam menjalankan kewajiban hukum. Apabila asas ini diabaikan, maka potensi munculnya pelanggaran hak dan kewajiban akan semakin besar, sehingga merusak kepercayaan dan kestabilan hubungan hukum antara para pihak. Dalam hukum merek di Indonesia, penerapan prinsip itikad baik tidak hanya berfungsi sebagai standar etika, tetapi juga sebagai instrumen hukum yang memiliki konsekuensi yuridis yang tegas. Hal ini tercermin dalam ketentuan Undang-Undang MIG yang secara eksplisit melarang pendaftaran merek yang diajukan dengan itikad tidak baik.³⁵ Oleh karena itu, prinsip ini menjadi dasar penting bagi Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual maupun hakim dalam menilai sah atau tidaknya suatu pendaftaran merek.

Selain itu, penerapan prinsip itikad baik dalam pendaftaran merek juga memiliki implikasi yang luas terhadap kepastian hukum dan perlindungan hak kekayaan intelektual secara keseluruhan. Dalam praktiknya, penilaian terhadap ada atau tidaknya itikad baik tidak hanya dilihat dari aspek formal administratif, tetapi juga dari konteks faktual yang melatarbelakangi pendaftaran tersebut, termasuk rekam jejak pemohon, tujuan penggunaan merek, serta dampak yang ditimbulkan terhadap pihak lain. Oleh karena itu, aparat penegak hukum dan lembaga terkait dituntut untuk memiliki ketelitian dan kepekaan dalam menilai unsur itikad baik. Di sisi lain, keberadaan prinsip ini juga memberikan sinyal yang kuat kepada pelaku usaha bahwa pendaftaran merek bukan sekadar formalitas hukum, melainkan harus dilandasi dengan kejujuran dan tanggung jawab. Penguatan penerapan asas itikad baik tidak hanya berfungsi sebagai alat pengendali terhadap praktik curang seperti peniruan dan *trademark squatting*, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun ekosistem bisnis yang berintegritas, transparan, dan berkeadilan.

³⁵ Sitti Kumala Ilyas dan Arpin, *Buku Ajar Hukum dalam Bisnis: Navigasi Yuridis dalam Dunia Usaha Modern* (Jawa Barat: Goresan Pena, 2026), hlm. 26.

2.5 Tinjauan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis

2.5.1 Tujuan dan Ruang Lingkup UU Merek

UU No 20 Tahun 2016 dirancang untuk memberikan perlindungan hukum eksklusif kepada pemilik merek dan indikasi geografis melalui skema pendaftaran yang teratur. Selain itu, undang-undang ini bertujuan menegakkan persaingan usaha yang sehat dan adil, melindungi konsumen dari praktik peniruan merek serta mendukung UMKM dan industri dalam negeri agar dapat tumbuh serta bersaing di pasar global. Tujuan ini juga mengakomodasi kebutuhan era digital dan perdagangan lintas batas negara dengan memberikan kepastian hukum dan perlindungan terhadap inovasi dan reputasi merek nasional.

Ruang lingkup UU ini mencakup pengaturan menyeluruh terkait Merek (termasuk merek dagang, merek jasa, merek kolektif, hingga bentuk grafis seperti suara, hologram, dan tiga dimensi) serta Indikasi Geografis, yaitu tanda yang menunjukkan asal produk berdasarkan karakteristik geografis. UU juga mengatur proses pendaftaran, hak eksklusif, masa berlaku, pembatalan, banding, dan sanksi jika pendaftaran dilakukan dengan itikad tidak baik. Hal ini menjadikan UU 20/2016 sebagai kerangka hukum komprehensif yang memayungi baik merek maupun indikasi geografis di Indonesia.

UU MIG menyajikan regulasi yang modern dan komprehensif mengenai merek dan indikasi geografis, dengan tujuan utama memberikan perlindungan hukum bagi inovasi pelaku usaha dan menumbuhkan ekosistem perdagangan nasional yang sehat, adil, serta kompetitif. Kehadiran undang-undang ini menjadi landasan penting dalam menjamin kepastian hukum terhadap hak atas merek, sehingga setiap pelaku usaha memperoleh pengakuan dan perlindungan atas identitas usaha maupun produk yang dimilikinya. Melalui pengaturan mengenai prosedur pendaftaran merek yang lebih transparan, pemberian hak eksklusif kepada pemilik merek terdaftar, serta mekanisme penyelesaian sengketa yang jelas dan terstruktur, UU MIG berupaya mencegah terjadinya pelanggaran merek, persaingan usaha tidak sehat, dan pendaftaran merek dengan itikad tidak baik.

2.5.2 Pasal 21 Ayat (1) dan (3) UU No. 20 Tahun 2016

UU MIG merupakan landasan hukum utama dalam perlindungan hak atas merek di Indonesia. Salah satu ketentuan penting dalam undang-undang ini adalah Pasal 21, yang mengatur alasan penolakan permohonan pendaftaran merek demi menjaga hak-hak pemilik merek yang sudah ada dan mencegah terjadinya pelanggaran terhadap merek.

Pasal 21 ayat (1) menyebutkan bahwa permohonan pendaftaran merek akan ditolak jika memiliki persamaan pada pokoknya atau secara keseluruhan dengan:

- a. huruf a: merek yang sudah terdaftar milik pihak lain untuk barang/jasa sejenis;
- b. huruf b: merek milik pihak lain untuk barang/jasa sejenis;
- c. huruf c: merek milik pihak lain untuk barang/jasa tidak sejenis yang memenuhi kriteria tertentu.

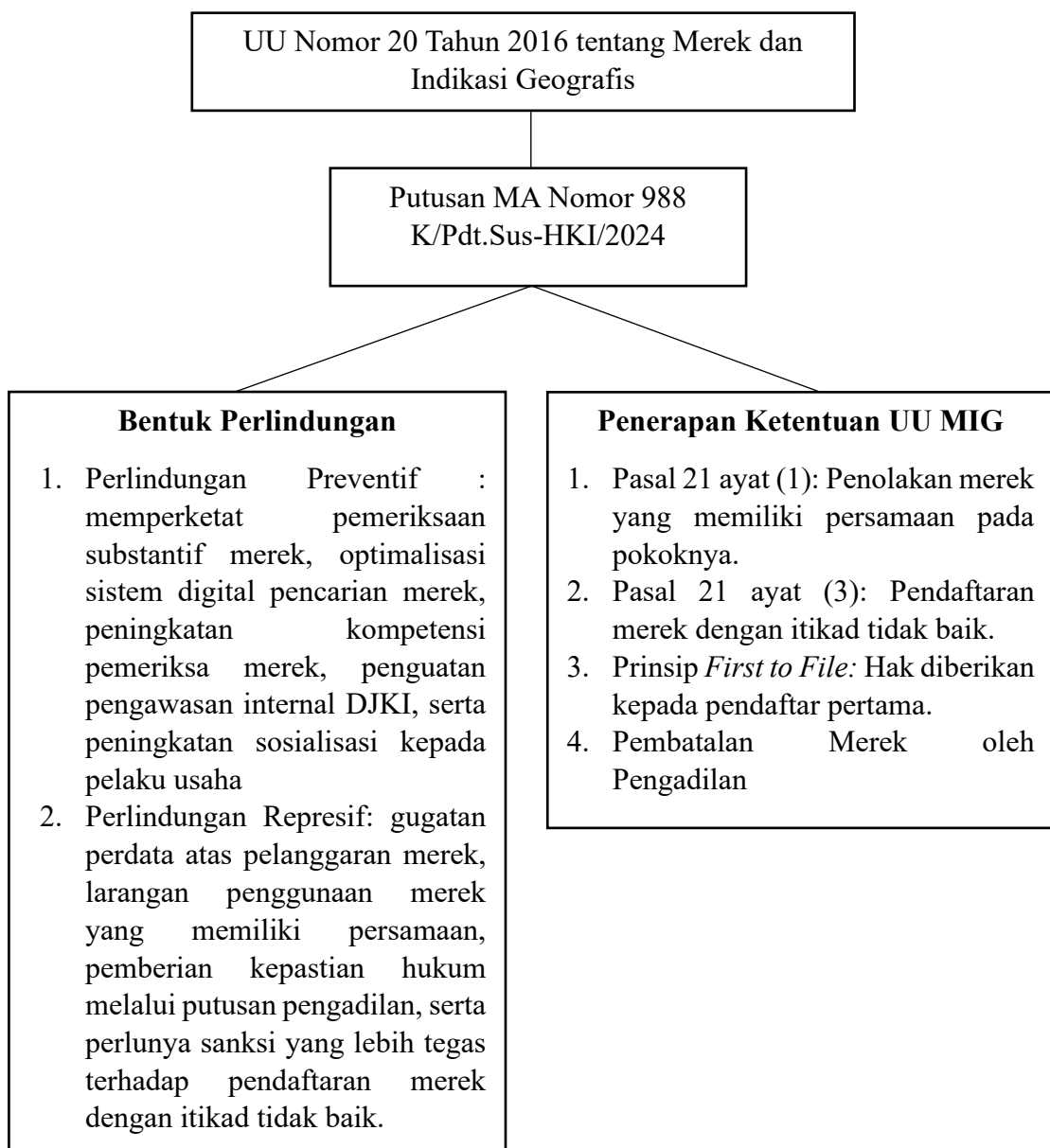
Ketentuan ini menunjukkan bahwa perlindungan terhadap merek tidak dibatasi hanya pada barang atau jasa sejenis, tetapi juga dapat diperluas ke barang/jasa tidak sejenis, selama dapat dibuktikan bahwa merek tersebut telah dikenal luas dan memiliki reputasi yang kuat di tengah masyarakat. Hal ini mencerminkan penerapan prinsip *likelihood of confusion*, yakni mencegah kebingungan di masyarakat akibat adanya merek yang mirip atau identik dengan merek yang sudah ada.

Sementara itu, Pasal 21 ayat (3) menekankan pada aspek itikad tidak baik. Dalam ketentuan tersebut dinyatakan bahwa permohonan pendaftaran merek juga akan ditolak apabila diajukan oleh pemohon yang beritikad tidak baik. Frasa ini membuka ruang bagi interpretasi yuridis bahwa dalam kasus tertentu, meskipun suatu merek tampak sah secara administratif, jika terbukti bahwa pendaftar melakukannya dengan niat untuk meniru, membonceng ketenaran, atau mengambil alih reputasi dari merek yang sudah ada, maka pendaftaran tersebut tetap dapat dibatalkan.

Penerapan pasal ini terbukti relevan dalam berbagai sengketa merek, termasuk dalam perkara antara Warung Makan Ibu Gambreng dengan Nasi Gambreng Bu Esti. Dalam kasus tersebut, Mahkamah Agung mempertimbangkan fakta bahwa

para tergugat sebelumnya menjalin kerja sama waralaba dengan pemilik asli, namun kemudian mendaftarkan merek dengan unsur yang sama tanpa izin. Tindakan tersebut dinilai sebagai pendaftaran dengan itikad tidak baik dan melanggar Pasal 21 ayat (3), sehingga pendaftaran merek dinyatakan batal demi hukum. Pasal 21 ayat (1) dan (3) merupakan ketentuan yang sangat penting untuk memastikan bahwa hak atas merek diberikan kepada pihak yang benar-benar berhak, serta untuk mencegah penyalahgunaan sistem pendaftaran oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab.

2.6 Kerangka Pikir



Gambar 1. Kerangka Pikir

Keterangan:

Berdasarkan bagan kerangka pikir yang disusun dalam penelitian ini, dapat dipahami bahwa penelitian berangkat dari dua landasan utama, yaitu ketentuan hukum dalam UU MIG serta Putusan Mahkamah Agung Nomor 988 K/Pdt.Sus-HKI/2024 sebagai objek kajian. Kedua unsur ini menjadi titik awal analisis untuk melihat bagaimana norma hukum yang bersifat abstrak diterapkan dalam praktik konkret melalui putusan pengadilan. Dengan demikian, kerangka pikir ini menunjukkan adanya hubungan antara aspek normatif (undang-undang) dan aspek empiris-yuridis (putusan hakim) dalam mengkaji perlindungan hukum terhadap merek.

Dari kedua dasar tersebut mengarah pada pembahasan mengenai bentuk perlindungan hukum terhadap merek yang terbagi menjadi dua, yaitu perlindungan preventif dan represif. Perlindungan preventif diwujudkan melalui mekanisme pendaftaran merek, pemeriksaan substantif, serta penolakan terhadap merek yang memiliki persamaan, sedangkan perlindungan represif dilakukan melalui upaya hukum seperti gugatan perdata, pembatalan merek, dan pemberian sanksi pidana. Pembagian ini menunjukkan bahwa sistem hukum tidak hanya berfungsi mencegah terjadinya pelanggaran, tetapi juga memberikan solusi ketika pelanggaran telah terjadi. Dengan demikian, penelitian ini berupaya melihat sejauh mana kedua bentuk perlindungan tersebut berjalan secara efektif dalam praktik.

Kerangka pikir ini juga menekankan pada penerapan ketentuan dalam UU Merek, khususnya Pasal 21 ayat (1) dan ayat (3), prinsip *first to file*, serta kewenangan pengadilan dalam membatalkan merek. Unsur-unsur ini menjadi indikator utama dalam menilai apakah suatu pendaftaran merek dilakukan secara sah atau justru mengandung itikad tidak baik. Melalui analisis terhadap putusan Mahkamah Agung, penelitian ini akan mengkaji kesesuaian antara ketentuan hukum yang berlaku dengan pertimbangan hakim dalam memutus perkara. Dengan demikian, kerangka pikir ini menggambarkan alur analisis yang sistematis dari norma hukum menuju implementasi, hingga menghasilkan kesimpulan mengenai efektivitas perlindungan hukum merek.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menerapkan metode yuridis normatif yang berfokus pada kajian terhadap aturan-aturan hukum yang berlaku. Pendekatan ini dilakukan dengan menganalisis berbagai ketentuan perundang-undangan, terutama yang mengatur mengenai merek dan indikasi geografis beserta regulasi turunannya, guna memahami bentuk dan mekanisme perlindungan hukum terhadap hak atas merek.³⁶ Penelitian ini juga mencakup analisis terhadap asas hukum, prinsip hukum, dan putusan pengadilan yang sejalan, khususnya Putusan MA Nomor 988 K/Pdt.Sus-HKI/2024.

3.2 Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini berupa penelitian deskriptif analitis. Penelitian tersebut ditujukan untuk diuraikan dan dianalisis secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai berbagai peristiwa hukum yang berkaitan dengan perlindungan hukum terhadap pemilik merek, khususnya pada perkara sengketa merek yang dijadikan objek kajian.³⁷ Melalui tipe penelitian ini, penulis tidak hanya memaparkan ketentuan hukum yang berlaku, tetapi juga menganalisis penerapan norma hukum tersebut dalam praktik, khususnya dalam Putusan Mahkamah Agung Nomor 988 K/Pdt.Sus-HKI/2024 yang menjadi objek penelitian.

Penelitian ini bertujuan mengkaji penerapan ketentuan dalam UU MIG pada penyelesaian sengketa merek serta menelaah pertimbangan hakim terkait adanya unsur itikad tidak baik dalam pendaftaran merek.

³⁶ Abdulkadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2004), hlm. 53.

³⁷ *Ibid*, hlm 50.

3.3 Pendekatan Masalah

Penelitian ini menggunakan beberapa pendekatan, yakni:

1. Pendekatan Perundang-Undangan (*Statute Approach*)

Pendekatan ini dilakukan dengan menelaah peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan hukum terhadap merek, khususnya UU MIG beserta peraturan pelaksanaannya. Melalui pendekatan ini, penulis mengkaji ketentuan hukum mengenai pendaftaran merek, perlindungan hak atas merek, serta larangan pendaftaran merek dengan itikad tidak baik, serta menganalisis kesesuaiannya dengan Putusan Mahkamah Agung Nomor 988 K/Pdt.Sus-HKI/2024.

2. Pendekatan Konseptual (*Conceptual Approach*)

Pendekatan ini dilakukan dengan mengkaji konsep-konsep hukum yang bersumber dari doktrin, pendapat para ahli, dan literatur ilmiah yang berkaitan dengan hukum merek dan asas itikad baik. Melalui pendekatan ini, penulis berupaya memahami secara mendalam konsep perlindungan hukum, merek, serta itikad baik dalam pendaftaran merek, sehingga dapat memperkuat analisis terhadap permasalahan yang diteliti.

3.4 Data dan Sumber Data

Data yang dipergunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang diperoleh melalui kegiatan studi kepustakaan dengan cara mengkaji dan menelusuri berbagai sumber hukum, meliputi peraturan perundang-undangan, putusan pengadilan, literatur, jurnal ilmiah, serta bahan hukum lainnya yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Penelitian ini tidak memanfaatkan data primer karena kajian difokuskan pada pendekatan yuridis normatif yang menitikberatkan analisis terhadap ketentuan hukum mengenai perlindungan merek sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan maupun yang tercermin dalam putusan pengadilan.

Data sekunder dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Bahan Hukum Primer, yaitu bahan hukum yang bersifat mengikat, seperti Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis,

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, serta Putusan Mahkamah Agung Nomor 988 K/Pdt.Sus-HKI/2024.

2. Bahan Hukum Sekunder, yaitu bahan yang digunakan untuk mendukung dan menjelaskan bahan hukum primer, yang diperoleh dari berbagai literatur seperti buku, jurnal akademik, artikel ilmiah, serta pandangan para sarjana dan ahli hukum yang memiliki keterkaitan dengan kajian perlindungan hukum terhadap merek.
3. Bahan Hukum Tersier, yaitu bahan hukum yang memberikan petunjuk dan penafsiran terhadap bahan hukum primer dan sekunder, seperti KBBI, kamus hukum, dan ensiklopedia.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan secara sistematis melalui penelaahan berbagai sumber hukum, baik yang bersifat teoritis maupun dokumen hukum yang berkaitan langsung dengan objek penelitian. Adapun metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui::

1. Studi Kepustakaan (*Lbrary Research*)

Studi kepustakaan dilakukan dengan cara mengumpulkan, mempelajari, serta mengkaji berbagai bahan hukum yang berkaitan dengan permasalahan penelitian.³⁸ Metode ini digunakan karena penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif yang menitikberatkan pada analisis terhadap norma hukum tertulis, doktrin, serta putusan pengadilan yang relevan dengan perlindungan hukum terhadap merek. Selain itu, penulis juga mengumpulkan bahan hukum sekunder berupa buku, jurnal ilmiah, hasil penelitian terdahulu, serta pendapat para ahli yang berkaitan dengan perlindungan hukum merek dan prinsip itikad baik dalam pendaftaran merek.

2. Studi Dokumen

Studi dokumen dilakukan dengan cara mengkaji dokumen-dokumen yang berkaitan dengan objek penelitian, terutama Putusan Mahkamah Agung Nomor 988 K/Pdt.Sus-HKI/2024, dokumen pendaftaran merek, serta dokumen hukum

³⁸ *Ibid*, hlm 81.

lain yang relevan guna memperoleh data dan informasi yang mendukung penelitian ini.

3.6 Metode Pengolahan Data

Pengolahan data bertujuan untuk menyusun, menyeleksi, serta menata data agar lebih sistematis sehingga memudahkan peneliti dalam melakukan analisis terhadap permasalahan yang diteliti. Menurut Abdulkadir Muhammad, pengolahan data umumnya dilakukan dengan cara:

1. Pemeriksaan Data

Pemeriksaan data dilakukan dengan cara meneliti kembali seluruh data yang telah diperoleh dari bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Tahap ini bertujuan untuk memastikan bahwa data yang digunakan memiliki kesesuaian dengan fokus penelitian serta memiliki sumber yang jelas dan dapat dipertanggungjawabkan.

2. Penandaan Data

Penandaan data dilakukan dengan cara memberikan tanda atau pengelompokan tertentu terhadap data yang telah diperiksa. Penandaan ini bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam mengelompokkan data berdasarkan jenis bahan hukum, tema pembahasan, maupun sumber data. Dalam penelitian ini, penandaan data dilakukan dengan mengelompokkan data berdasarkan peraturan perundang-undangan, putusan pengadilan, doktrin hukum, serta pendapat para ahli yang berkaitan dengan perlindungan hukum terhadap merek.

3. Rekonstruksi Data

Rekonstruksi data dilakukan dengan cara menyusun kembali data yang telah diberi tanda ke dalam bentuk yang lebih terstruktur sesuai dengan kebutuhan penelitian. Pada tahap ini, data yang berasal dari berbagai sumber disusun kembali agar membentuk alur pemikiran yang sistematis dan logis.

4. Sistematika Data.

Sistematika data merupakan tahap penyusunan data secara teratur dan berurutan sesuai dengan kerangka pembahasan penelitian. Data yang telah direkonstruksi

kemudian disusun berdasarkan bab dan subbab agar memudahkan dalam proses analisis data.³⁹

3.7 Analisis Data

Analisis data yang diterapkan dalam penelitian ini bersifat kualitatif, yakni melalui proses penelaahan, interpretasi, serta pengkajian terhadap bahan-bahan hukum yang telah dikumpulkan tanpa melibatkan pendekatan statistik maupun perhitungan angka. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini termasuk dalam penelitian hukum normatif yang menitikberatkan pada kajian terhadap norma hukum, prinsip-prinsip hukum, serta putusan pengadilan yang berhubungan dengan perlindungan hukum di bidang merek.

Analisis data dilakukan dengan cara menelaah ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku, khususnya UU MIG, kemudian dikaitkan dengan doktrin hukum, pendapat para ahli, serta putusan pengadilan yang relevan, khususnya Putusan Mahkamah Agung Nomor 988 K/Pdt.Sus-HKI/2024 sebagai objek penelitian. Melalui proses ini, penulis berupaya memahami bagaimana norma hukum tersebut diterapkan dalam praktik penyelesaian sengketa merek. Selanjutnya, penulis melakukan interpretasi hukum terhadap bahan hukum yang telah dianalisis untuk menemukan kesesuaian antara teori hukum dan praktik hukum yang terjadi di lapangan. Analisis ini juga bertujuan untuk menilai apakah penerapan asas itikad baik dan ketentuan perlindungan merek telah berjalan sesuai dengan tujuan pembentukan Undang-Undang Merek. Hasil dari analisis data tersebut kemudian disusun secara sistematis untuk menarik kesimpulan hukum yang logis dan objektif, serta memberikan saran yang tepat.

³⁹ *Ibid*, hlm 126.

V. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Perlindungan hukum terhadap merek di Indonesia telah diatur secara komprehensif dalam UU MIG yang memberikan jaminan kepastian hukum bagi pemilik merek. Sistem perlindungan yang dianut adalah prinsip *first to file*, di mana hak eksklusif atas merek diberikan kepada pihak yang pertama kali mendaftarkan mereknya secara sah. Perlindungan tersebut mencakup dua bentuk utama, yaitu perlindungan preventif dan represif. Perlindungan preventif diwujudkan melalui memperketat pemeriksaan substantif merek, optimalisasi sistem digital pencarian merek, peningkatan kompetensi pemeriksa merek, penguatan pengawasan internal DJKI, dan peningkatan sosialisasi kepada pelaku usaha. Sementara itu, perlindungan represif diberikan melalui gugatan perdata atas pelanggaran merek, larangan penggunaan merek yang memiliki persamaan, pemberian kepastian hukum melalui putusan pengadilan, serta perlunya sanksi yang lebih tegas terhadap pendaftaran merek dengan itikad tidak baik.
2. Penerapan ketentuan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 dalam Putusan Mahkamah Agung Nomor 988 K/Pdt.Sus-HKI/2024 menunjukkan bahwa hakim telah menerapkan norma hukum secara tepat, khususnya terkait Pasal 21 ayat (1) dan ayat (3) mengenai persamaan merek dan itikad tidak baik. Dalam perkara tersebut, Mahkamah Agung menilai bahwa pendaftaran merek “Nasi Gambreng Bu Esti” memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek “Warung Makan Ibu Gambreng” yang telah terdaftar lebih dahulu, serta

dilakukan dengan itikad tidak baik karena adanya hubungan sebelumnya antara para pihak. Majelis hakim mempertimbangkan bahwa para tergugat telah mengetahui keberadaan dan reputasi merek milik penggugat, namun tetap mendaftarkan merek dengan unsur dominan yang sama untuk kepentingan pribadi. Hal ini memenuhi indikator itikad tidak baik, seperti adanya peniruan, hubungan sebelumnya, serta potensi menimbulkan kebingungan di masyarakat. Oleh karena itu, Mahkamah Agung memutuskan untuk membatalkan pendaftaran merek tersebut dan melarang penggunaannya oleh pihak yang tidak berhak.

5.2 Saran

Sehubungan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. DJKI perlu meningkatkan kualitas pemeriksaan substantif terhadap permohonan pendaftaran merek agar tidak meloloskan merek yang memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek yang telah terdaftar terlebih dahulu. Selain itu, DJKI perlu melakukan evaluasi terhadap sistem pemeriksaan merek serta mengembangkan teknologi pendeteksi kemiripan merek guna meminimalisir terjadinya pendaftaran merek yang diajukan dengan itikad tidak baik. DJKI juga perlu meningkatkan pengawasan internal terhadap kinerja pemeriksa merek serta memberikan pelatihan secara berkala mengenai penerapan prinsip persamaan pada pokoknya dan itikad baik dalam pendaftaran merek.
2. Pelaku usaha diharapkan lebih memahami pentingnya pendaftaran merek sejak awal usaha dijalankan serta tidak menggunakan merek yang memiliki persamaan dengan merek pihak lain. Hal ini penting untuk menghindari sengketa hukum di kemudian hari.
3. Penegak hukum diharapkan dapat lebih tegas dalam menindak pelanggaran merek, khususnya terhadap pihak yang terbukti mendaftarkan merek dengan itikad tidak baik, sehingga dapat memberikan efek jera dan menciptakan kepastian hukum dalam perlindungan hak merek.

DAFTAR PUSTAKA

A. BUKU

- Atsar, Abdul. (2018). *Mengenal Lebih Dekat Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. Yogyakarta: Budi Utama.
- Firmansyah, Anang. (2023). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning & strategy*. Qiara Media.
- Hamid, Haris. (2017). *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Makasar: Sah Media.
- Haro, Andrian, Judijanto, Loso, & Nugroho, Michael Adhi. (2023). *Brand Management: Pengetahuan Dasar tentang Manajemen Merek*. Jambi: Sonpedia Publishing Indonesia.
- Ilyas, Sitti Kumala, & Arpin. (2026). *Buku Ajar Hukum dalam Bisnis: Navigasi Yuridis dalam Dunia Usaha Modern*. Jawa Barat: Goresan Pena.
- Indrawanto, Setya. (2024). *Merajut Keberlanjutan Usaha: Panduan Hukum Dagang dan Bisnis*. Jakarta: Indonesia Delapan Kreasi Nusa.
- Leniwati, Driana, & Wahyu, Endang Dwi. (2021). *Monograf Nilai Branding dalam Berbagai Perspektif*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Margono, Rudi. (2026). *Sengketa Merek: Teknik pembuktian itikad tidak baik*. Jakarta.
- Muhammad, Abdulkadir. (2004). *Hukum dan Penelitian Hukum*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Mustafa, Marni Emmy. (2022). *Aneka Penegakan Hukum Hak Cipta, Paten, Merek dan Indikasi Geografis*. Bandung: PT Alumni.
- Nurmawati, Bernadete. (2024). *Hukum Merek*. Jawa Barat: CV Mega Press Nusantara.
- Rizaldi, Julius. (2024). *Perlindungan Kemasan Produk Merek Terkenal Terhadap Persaingan Curang Di Indonesia*.

Rizkia, Nanda Dwi., & Fardiansyah, H. (2020). *Metode Penelitian Hukum (Normatif dan Empiris)*. Bandung: Widina Media Utama.

-----, (2022). *Hak Kekayaan Intelektual: Suatu Pengantar*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.

Rusdin, Febby., Ramonita, et.al. (2025). *Digital Branding (Strategi Merek Di Dunia Digital)*. Bandung: Widina Media Utama.

Sujatmiko, Agus. (2020). *Perjanjian lisensi merek*. Jawa Timur: Qiara Media.

Wibowo, Agus, & Yulianingsih, Sri. (2023). *Hukum dagang internasional*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.

B. JURNAL

Afif, Khalid & Sugiyono. (2021). Perlindungan Hukum bagi Pemegang Merek Terkenal di Indonesia. *Jurnal USM Law Review*, 4(2), 565-585. doi:<https://doi.org/10.26623/julr.v4i2.4097>

Amiruddin, Prananda, D. R., Hutagalung, M. I., & Ardyanti, T. (2024). Menguasai Hak Kekayaan Intelektual. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ilmu Ekonomi (Jasmien)*, 4(4), 89-96.

Ardian, Selni, Lanontji, Muryanto, & Anggriyani, Rima. (2025). First to file principle dan sengketa hak merek dalam kajian perundang-undangan di Indonesia. *Staatsrecht: Jurnal Hukum Kenegaraan dan Politik Islam*, 5(1), 49–71.

Andoko, & Harahap, Salman Paris. (2019). Membangun Konsep Ideal Penerapan Asas Itikad Baik dalam Hukum Perjanjian. *Jurnal Hukum Responsif*, 7(2), 53-67.

Farhan, Gusti Muhammad., Ahmad, Masduki., & Intihani, Siti. (2025). Analisis Yuridis Aspek Itikad Tidak Baik dalam Penerapan Prinsip Business Judgement Rule yang Dilakukan oleh Direksi Perusahaan dalam Perspektif Kepastian Hukum. *Jurnal Hukum Jurisdictione*, 7(1), 23-44.

Fitrianto, Bambang. (2023). Kajian Perdata Itikad Baik dalam Hukum Perjanjian. *Jurnal Abdi Ilmu*, 28-32.

Herliana. (2023). Ensuring Certainty through Legal Reasoning: What Can Indonesia Learn from the United Kingdom and the Unites States? *Jurnal Jurisprudence*, 13(2).

Johanes, Sonny., Haryanto, Hendra., & Kusumadewi, Yessy. (2021). Perlindungan Hukum Terhadap Pemilik Hak Atas Merek. *Jurnal Krisna Kaw*, 3(2), 1-11.

Kaparang, Andika Richardo. (2024). Penegakan Hukum Terhadap Pelanggaran Merek Berdasarkan Ketentuan Perundang-Undangan Di Indonesia. *Jurnal Fakultas Hukum Unsrat Lex privatum*, 13(2), 1-7.

- Khalid, Afif. (2023). Analisis Itikad Baik Sebagai Asas Hukum Perjanjian. *Jurnal Legal Reasoning*, 5(2), 109-122.
- Kusuma, Nadya Enjelin, & Rahaditya. (2023). Tinjauan prinsip itikad baik dalam upaya perlindungan hukum sengketa merek (Studi putusan nomor 3/Pdt.Sus.Hki/Merek/2022/PN Niaga Mdn). *UNES Law Review*, 6(2), 4516–4523.
- Nizwana, Yuliana., & Rahdiansyah. (2019). Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) Ditinjau dari Epistemologi. *UIR Law Review*, 3(2), 34-40.
- Pratama, Revie Rachmansyah, & Roisah, Kholis. (2025). Hubungan hukum terhadap kepemilikan hak cipta yang dijadikan merek bagi pencipta dan pemegang merek. *Jurnal USM Law Review*, 8(1), 65–85.
- Tritanaya, Neisa Ines., & Yulianingsih, Wiwin. (2022). Perbandingan Perlindungan Hukum Merek antara Prinsip First to File Hukum Indonesia dan Prinsip First to Use pada Hukum Australia. *Yustisia Tirtayasa: Jurnal Tugas Akhir*, 2(3), 229-243.
- Umar, Khafidah Ayudia., Olyvia, B., Putra, H. A., & Fadilah, R. T. (2025). Analisis Pengaruh Branding terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner*, 2(1), 1859-1871.
- Wijanarko, Dwi Seno., & Pribadi, Slamet. (2022). Perlindungan Hukum Preventif terhadap Merek Dagang di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. *Logika : Jurnal Penelitian Universitas Kuningan*, 13(2), 192-201.

C. PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (*Burgerlijk Wetboek*)

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis

Putusan Mahkamah Agung Republik Indonesia Nomor 988 K/Pdt.Sus-HKI/2024

D. SUMBER LAIN

Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. (2023). *Merek*. Retrieved Juli 7, 2025, from Kementerian Hukum RI Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual: <https://www.dgip.go.id/menu-utama/merek/pengenalan>

Mirranti, Aulina Nadhira. (2025, April 20). *4 Kasus Sengketa Merek Terbaru di Indonesia dan Penyelesaiannya Sesuai UU Merek*. Retrieved Juli 6, 2025, from Golaw.Id: <https://golaw.id/blog/4-kasus-sengketa-merek-terbaru-di-indonesia-dan-penyelesaiannya-sesuai-uu-merek/>

Pramudya, Wisnu. (2016). *Analisis Itikad Tidak Baik (Bad Faith) dalam Pendaftaran dan Penggunaan Nama Domain Internet*. Skripsi: Universitas Islam Indonesia.