

**TINJAUAN YURIDIS TERHADAP IKTIKAD TIDAK BAIK
DALAM PERKARA SENGKETA MEREK BOSCH
SECURITY SYSTEMS LLC DI INDONESIA**

(Skripsi)

Oleh

Faiza Attallah Herlian
NPM: 2212011480



**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2026**

ABSTRAK

TINJAUAN YURIDIS TERHADAP IKTIKAD TIDAK BAIK DALAM PERKARA SENKETA MEREK BOSCH SECURITY SYSTEMS LLC DI INDONESIA

Oleh

Faiza Attallah Herlian

Perlindungan hukum terhadap merek menjadi hal penting dalam menjaga reputasi dan keadilan dalam dunia perdagangan. Peningkatan jumlah sengketa merek di Indonesia menunjukkan perlunya penerapan asas iktikad baik agar tidak terjadi pendaftaran merek dengan tujuan mengambil keuntungan pihak lain. Salah satu perkara yang menjadi perhatian ialah Putusan Nomor 83/Pdt.Sus-HKI/Merek/2023/PN Niaga Jkt.Pst antara Bosch Security Systems LLC sebagai pemilik merek terkenal “EV Electro-Voice” dengan pihak tergugat yang mendaftarkan merek serupa di Indonesia yang memiliki kemiripan pada pokoknya dan melakukan pendaftaran dengan iktikad tidak baik. Rumusan masalah dari penelitian ini adalah penerapan pengaturan hukum pemohon tidak beriktikad baik dan akibat hukum yang terjadi dari pendaftaran merek tidak beriktikad baik terhadap para pihak yang bersengketa pada Putusan Nomor 83/Pdt.Sus-HKI/Merek/2023/PN Niaga Jkt.Pst.

Jenis penelitian ini ialah normatif dengan tipe penelitian dekstriptif. Pendekatan masalah menggunakan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan kasus. Data dan sumber data yang digunakan ialah data sekunder. Sumber metode pengumpulan data ialah studi pustaka dan studi dokumen. Adapun metode pengolahan data yang digunakan meliputi verifikasi data, kategorisasi data serta penyusunan data secara sistematis. Pada penelitian skripsi ini analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif.

Hasil penelitian dan pembahasan menunjukkan bahwa majelis hakim dalam Putusan Nomor 83/Pdt.Sus-HKI/Merek/2023/PN Niaga Jkt.Pst menerapkan Pasal 21 ayat (3) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, dengan menerapkan prinsip *first to file* dapat dikesampingkan apabila ditemukan bukti-bukti saat proses pendaftaran merek tidak beriktikad baik. Akibat hukum yang terjadi dari pendaftaran merek tidak beriktikad baik terhadap para pihak besengketa yaitu majelis hakim mengacu pada prinsip perlindungan merek terkenal sebagaimana diatur dalam Pasal 16 TRIPs Agreement dan Pasal 6 bis Konvensi Paris. Akibat hukum lainnya pada perkara nomor 83/Pdt.Sus-HKI/Merek/2023/PN Niaga Jkt. Pst yaitu pendaftaran merek tergugat dinyatakan tidak sah dan harus dibatalkan demi melindungi merek dari hak pemilik yang sah.

Kata Kunci : *Bosch Security Systems LLC, Iktikad Tidak Baik, Sengketa Merek.*

ABSTRACT**LEGAL REVIEW OF BAD FAITH
IN THE CASE OF THE BOSCH SECURITY SYSTEMS LLC TRADEMARK
DISPUTE IN INDONESIA****By****Faiza Attallah Herlian**

Legal protection of trademarks is important in maintaining reputation and fairness in the world of commerce. The increase in the number of trademark disputes in Indonesia shows the need to apply the principle of good faith so that trademarks are not registered with the intention of taking advantage of other parties. One case of concern is Decision Number 83/Pdt.Sus-HKI/Merek/2023/PN Niaga Jkt.Pst between Bosch Security Systems LLC, owner of the well-known trademark “EV Electro-Voice,” and the defendant, who registered a similar trademark in Indonesia that was essentially identical and was registered in bad faith. The problem formulation of this study is the application of the legal regulation of applicants acting in bad faith and the legal consequences of trademark registration in bad faith on the disputing parties in Decision Number 83/Pdt.Sus-HKI/Merek/2023/PN Niaga Jkt.Pst.

This type of research is normative with a descriptive research type. The problem approach uses a legislative approach and a case approach. The data and data sources used are secondary data. The sources of data collection methods are literature studies and document studies. The data processing methods used include data verification, data categorization, and systematic data compilation. In this thesis research, the data analysis used is qualitative analysis.

The results of the research and discussion show that the panel of judges in Decision Number 83/Pdt.Sus-HKI/Merek/2023/PN Niaga Jkt.Pst applied Article 21 paragraph (3) of Law No. 20 of 2016 concerning Trademarks and Geographical Indications, applying the principle that the first to file can be set aside if evidence is found during the trademark registration process that there was no good faith. The legal consequences of trademark registration in bad faith for the disputing parties are that the panel of judges refers to the principle of protection of well-known trademarks as stipulated in Article 16 of the TRIPs Agreement and Article 6 bis of the Paris Convention. Another legal consequence in case number 83/Pdt.Sus-HKI/Merek/2023/PN Niaga Jkt. Pst is that the defendant's trademark registration is declared invalid and must be revoked in order to protect the trademark from the rights of the rightful owner.

Keywords: *Bosch Security Systems LLC, Bad Faith, Trademark Dispute.*

**TINJAUAN YURIDIS TERHADAP IKTIKAD TIDAK BAIK
DALAM PERKARA SENGKETA MEREK BOSCH
SECURITY SYSTEMS LLC DI INDONESIA**

Oleh

Faiza Attallah Herlian

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 : **TINJAUAN YURIDIS TERHADAP
IKTIKAD TIDAK BAIK DALAM
PERKARA SENGEKETA MEREK BOSCH
SECURITY SYSTEMS LLC DI
INDONESIA**

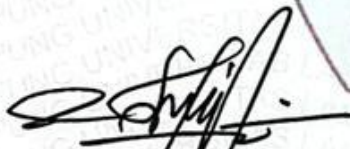
Nama Mahasiswa : **Faiza Attallah Herlian**


Nomor Pokok Mahasiswa : **2212011480**

Bagian : **Hukum Perdata**

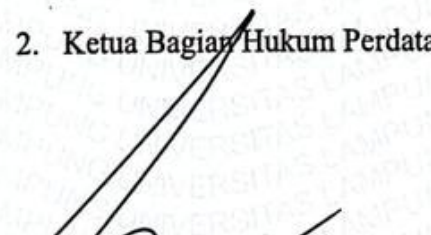
Fakultas : **Hukum**




Siti Nurhasanah, S.H., M.H.
NIP. 197102111998022001


Nenny Dwi Ariani, S.H., M.H.
NIP. 199201172022032005

2. Ketua Bagian Hukum Perdata


Dr. Ahmad Zazili, S.H., M.H.
NIP. 197404142005011001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

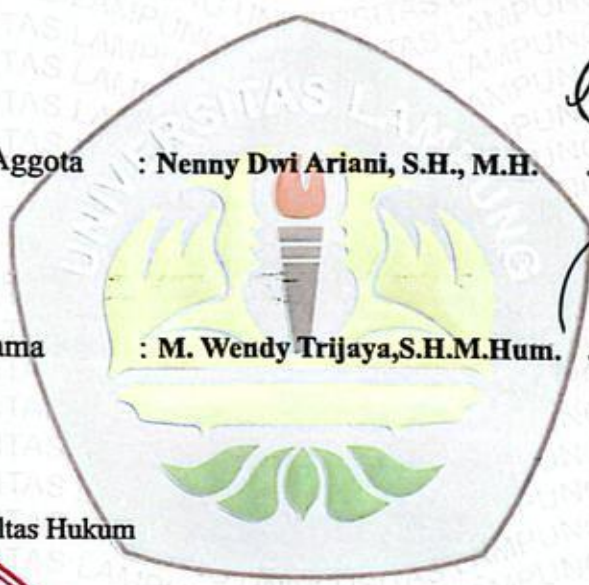
Ketua Tim Penguji : Siti Nurhasanah, S.H., M.H.



Sekretaris/Aggota : Nenny Dwi Ariani, S.H., M.H.



Penguji Utama : M. Wendy Trijaya, S.H.M.Hum.



2. Dekan Fakultas Hukum



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

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 20 Januari 2026

PERNYATAAN

Nama : Faiza Attallah Herlian
Nomor Pokok Mahasiswa : 2212011480
Bagian : Hukum Perdata
Fakultas : Hukum

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“Tinjauan Yuridis Terhadap Iktikad Tidak Baik Dalam Perkara Sengketa Merek Bosch Security Systems LLC Di Indonesia”** benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan hasil plagiat sebagaimana telah diatur dalam Pasal 18 Peraturan Akademik Universitas Lampung dengan Peraturan Rektor Universitas Lampung Nomor 12 Tahun 2025.

Bandar Lampung, 12 Januari 2026

Penulis,



Faiza Attallah Herlian
2122011480

RIWAYAT HIDUP



Nama lengkap penulis adalah Faiza Attallah Herlian, penulis dilahirkan di Kotabumi pada tanggal 24 September 2004. Penulis adalah anak ketiga dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Herman Syahrie dan Ibu Nuliana.

Penulis mengawali pendidikan di SD Kartika II-5 (Persit) dan diselesaikan pada tahun 2016, SMPN 2 Bandar Lampung diselesaikan pada tahun 2019 dan SMAN 2 Bandar Lampung yang diselesaikan pada tahun 2022. Selanjutnya pada tahun 2022 penulis diterima sebagai Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Lampung, Program pendidikan Strata 1 (S1). Penulis juga telah mengikuti program pengabdian langsung kepada masyarakat yaitu Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Tarahan, Kecamatan Katibung, Kabupaten Lampung Selatan, Lampung, Selama 30 hari pada bulan Januari sampai dengan Februari 2025. Selain itu, selama menempuh pendidikan di Fakultas Hukum Universitas Lampung, penulis juga aktif dalam berbagai organisasi kemahasiswaan, antara lain menjadi anggota organisasi UKM-F Persikusi dan UKM-F Mahkamah, serta turut mengikuti kegiatan Himpunan Mahasiswa Perdata (Hima Perdata) dan mengikuti organisasi PIK R Raya Universitas Lampung.

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.

Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.”

(Q.S Al – Insyirah 5-6)

*“Ketika kamu ikhlas menerima semua kekecewaan hidup,
Maka Allah akan membayar tuntas kekecewaan dengan beribu-ribu kebaikan.”*

(Ali Bin Abi Thalib)

*“Identitas bukan hanya tentang nama,
tetapi tentang nilai yang melekat di dalamnya.”*

(Faiza Attallah Herlian)

PERSEMBAHAN



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

Kedua Orang Tua Tercinta,

Ayah Herman Syahrie, S.Sos dan Ibu Nuliana, S.H., M.H, yang senantiasa membesarkan, mendidik, membimbing, mendoakan, berkorban, dan mendukung ku, terimakasih untuk semua kasih sayang, cinta, serta berkat doa paling mustajabnya yang tak pernah putus untuk penulis sehingga bisa menjadi seseorang yang kuat dan konsisten dalam mencapai cita-cita.

Semoga ALLAH subhanawata'ala selalu memberikan karunia dan nikmat yang tiada henti-hentinya untuk kita semua. *Amiin Allahumma amin.*

SANWACANA

Segala puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu wa Ta'ala, karena atas rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul **“Tinjauan Yuridis Terhadap Iktikad Tidak Baik Dalam Perkara Sengketa Merek Bosch Security Systems LLC Di Indonesia”**. Penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini, untuk itu saran dan kritik yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan untuk pengembangan dan kesempurnaan skripsi ini. Pada penulisan skripsi ini penulis mendapatkan bimbingan, arahan serta dukungan dari berbagai pihak sehingga penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan baik. Pada kesempatan kali ini, penulisan ingin menyampaikan rasa hormat dan terimakasih yang sebesar-besarnya terhadap:

1. Bapak Dr. M. Fakhri, S.H., M.S. selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Lampung;
2. Bapak Dr. Ahmad Zazili, S.H., M.Hum. selaku Ketua Bagian Hukum Perdata Fakultas Hukum Universitas Lampung;
3. Bapak Mohammad Wendy Trijaya, S.H., M.Hum. selaku Sekretaris Bagian Hukum Perdata Fakultas Hukum dan selaku Dosen Pembahas I yang telah memberikan koreksi, kritik dan saran yang membangun demi sempurnanya skripsi ini;

4. Ibu Siti Nurhasanah, S.H., M.H. selaku Dosen Pembimbing I yang selalu mendorong saya untuk tidak menyerah dalam menulis skripsi ini dan telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan saran, masukan, motivasi dan pengarahan serta pengertiannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik;
5. Ibu Nenny Dwi Ariani, S.H., M.H. selaku Dosen Pembimbing II yang selalu memberikan arahan pendampingan di masa-masa sulit saya dalam menulis skripsi ini dan telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan saran, masukan, motivasi dan pengarahan serta pengertiannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik;
6. Ibu Dora Mustika, S.H., M.H. selaku Dosen Pembahas II yang telah memberikan koreksi, kritik dan saran yang membangun demi sempurnanya skripsi ini;
7. Ibu Eka Deviani, S.H., M.H. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing penulis selama penulis menempuh Pendidikan di Fakultas Hukum Universitas Lampung;
8. Seluruh Dosen Pengajar di Fakultas Hukum Universitas Lampung yang penuh dedikasi dalam memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis;
9. Para Staf dan Karyawan Fakultas Hukum Universitas Lampung yang penuh dedikasi dalam memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis;
10. Untuk kedua kakakku apt. Zara Fushilla Herlian, S. Farm., dan Nabila Fakhirah Herlian, S.H. Terima kasih telah kebersamaan penulis selama ini dan terima kasih atas dukungan motivasi serta kasih sayangnya;

11. Terima kasih kepada sahabat sekaligus rekan terbaik selama perkuliahan, Asyifa, Najwa, dan Indira yang selalu memberikan semangat, dukungan dan atas kebersamaan mulai dari menghadapi tantangan akademik hingga melewati masa-masa sulit bersama dalam menyelesaikan skripsi ini;
12. Zevanya yang telah menjadi sahabat penulis sejak awal masa menjadi mahasiswa baru yang senantiasa menjadi teman berjuang sejak semester pertama. Terima kasih atas bantuan dan segala kenangan berharga yang telah dilalui bersama sejak awal perjalanan perkuliahan ini;
13. Balqis, Lala, Aqilah, dan Abel yang hadir memberikan dukungan, canda tawa dan pengingat bahwa penulis tidak pernah berjalan sendiri;
14. Faulina dan Pewe yang selalu bersedia mendengarkan setiap keluh kesah dalam berbagai keadaan. Terima kasih atas waktu dan ketulusan yang diberikan;
15. Muli, Uci, Kayla, Shisi, dan Shalena yang senantiasa memberikan semangat dan penguatan serta selalu ada untuk penulis;
16. Keluarga Besar PIK R RAYA yang selalu membuat penulis merasa seperti pulang ke rumah setiap kali berada di tengah kebersamaan bersama mereka dan telah menjadi tempat berproses, mengembangkan berbagai potensi diri serta tumbuh menjadi pribadi yang disiplin dan bertanggung jawab akan sesuatu;
17. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu memberikan pemikiran demi kelancaran dan keberhasilan penyusunan skripsi ini;
18. Teman-teman seperjuangan Angkatan 2022 FH Unila;
19. Almamater tercinta, Universitas Lampung;

20. Dan terima kasih untuk diri sendiri atas segala kerja keras dan semangatnya sehingga tidak pernah menyerah dalam mengerjakan tugas akhir skripsi ini. Terima kasih sudah berusaha dan tidak lelah dalam kondisi apapun, telah sabar melewati semua ujian sampai dengan detik ini dan telah mampu bertahan, meski tidak semua orang memahami jalan yang ditempuh.

I wanna thank me for just being me at all times.

Bandar Lampung, 12 Januari 2026

Penulis,

Faiza Attallah Herlian
2212011480

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
TINJAUAN YURIDIS TERHADAP IKTIKAD TIDAK BAIK	iii
MENYETUJUI.....	iv
MENGESAHKAN	v
PERNYATAAN.....	vi
RIWAYAT HIDUP.....	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN.....	ix
SANWACANA.....	x
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Kegunaan Penelitian	10
II. TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Tinjauan Umum Hak Kekayaan Intelektual.....	11
2.1.1 Dasar Hukum Kekayaan Intelektual	11
2.1.2 Pengertian Hak Kekayaan Intelektual.....	11
2.1.3 Jenis-Jenis Hak Kekayaan Intelektual	12

2.2 Tinjauan Umum Merek	15
2.2.1 Dasar Hukum, Pengertian, Jenis dan Bentuk Merek	15
2.2.2 Fungsi Merek.....	19
2.2.3 Syarat dan Prosedur Pendaftaran Merek	20
2.2.4 Perlindungan Hukum Atas Merek	21
2.2.5 Pendaftaran Merek.....	22
2.2.6 Penyelesaian Sengketa Merek.....	32
2.3 Konsep Asas Iktikad Baik	34
2.4 Kerangka Pikir	36
III. METODE PENELITIAN	38
3.1 Jenis Penelitian.....	38
3.2 Tipe Penelitian	39
3.3 Pendekatan Masalah.....	39
3.4 Data dan Sumber Data	40
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	41
3.6 Metode Pengolahan Data	42
3.7 Analisis Data.....	42
IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Penerapan Pengaturan Hukum Pemohon Tidak Beriktikad Baik Dalam Putusan Nomor 83/Pdt.Sus-HKI/Merek/2023/PN Niaga Jkt.Pst Terhadap Sengketa Merek Bosch Security Systems LLC.....	43
4.1.1 Dasar Hukum Pendaftaran Merek dan Asas Iktikad Baik	52
4.1.2 Aplikasi dalam Putusan Nomor 83/Pdt.Sus-HKI/Merek/2023	54
4.2 Akibat Hukum yang Terjadi Dari Pendaftaran Merek Tidak Beriktikad Baik Terhadap Para Pihak yang Bersengketa Dalam Putusan Nomor 83/Pdt.Sus-HKI/Merek/2023/PN Niaga Jkt.Pst.....	60
4.2.1 Akibat Hukum bagi Penggugat	60
4.2.2 Akibat Hukum bagi Tergugat	67
4.2.3 Akibat Hukum bagi DJKI dan Pemerintah Indonesia	69
4.2.4 Akibat Hukum bagi Konsumen dan Dunia Usaha	72
4.2.5 Perbandingan dengan Akibat Hukum dalam Kasus Serupa	73

V. PENUTUP.....	76
5.1 Kesimpulan	76
5.2 Saran	77

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel. 1	Kategori barang dalam <i>Nice Classification</i>	26
Tabel. 2	Kategori jasa dalam <i>Nice Classification</i>	29
Tabel. 3	Perbandingan identitas merek dan produk yang didaftarkan dalam perkara Nomor 83/Pdt.Sus-Hki/Merek/2023/PN Niaga Jkt.Pst.....	47
Tabel. 4	Persamaan produk yang didaftarkan oleh Tergugat.....	50
Tabel. 5	Daftar Merek yang sudah didaftarkan oleh Bosch Security Systems LLC di berbagai negara.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pikir.....	35
Gambar 2. Situs Sumber Suara Berkat Indonesia terkait penjualan Merek Bosch Security Systems LLC di Indonesia.	48
Gambar 3. Situs WIPO Global Brand Database terkait 100 pendaftaran Merek-Merek Bosch Security Systems LLC di berbagai negara	53

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan ekonomi pada era globalisasi melalui kegiatan perdagangan internasional telah meningkatkan perdagangan lintas negara dengan mendorong perusahaan-perusahaan yang bergerak di sektor ini untuk mengembangkan dan memperluas merek dagangnya secara internasional. Dalam hal ini perusahaan dituntut untuk lebih inovatif dalam menciptakan dan melindungi merek dagang mereka. Untuk menciptakan merek yang relevan dan menarik bagi konsumen diperlukan merek yang berinovasi dan beradaptasi dengan tren global saat ini. Dalam hal ini dibutuhkannya perlindungan hukum terkait persaingan dan peniruan merek, perlindungan hukum ada dua jenis yaitu preventif dan represif. Perlindungan represif melalui proses peradilan, sedangkan preventif mencegah perselisihan. Perlindungan hukum tidak selalu sama dengan penegakan hukum publik, seperti pencegahan tindak pidana.¹

Dalam hukum perdata, perlindungan hukum diperlukan untuk melindungi hak-hak. Oleh karena itu, perlindungan hukum merek melalui hak kekayaan intelektual menjadi sangat penting dalam menghadapi persaingan dan peniruan merek. Sejarah pembentukan undang-undang merek di Indonesia telah berubah seiring waktu. Perkembangan terbaru diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang menegaskan pentingnya perlindungan hukum merek. Pertumbuhan bisnis dan persaingan mendorong regulasi merek untuk lebih adaptif dengan dinamika perdagangan global. Merek berfungsi sebagai identitas produk atau jasa dan membangun reputasi serta kepercayaan konsumen.

¹ Hery Firmansyah, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek: Panduan Memahami Dasar Hukum Penggunaan dan Pendaftaran Merek* (Yogyakarta: Medpress Digital, 2019), hlm. 34.

Perlindungan hukum terhadap merek sangat penting untuk mendukung ekosistem bisnis yang sehat dan berkelanjutan. Faktor seperti kualitas, kepercayaan, dan nilai investasi sering menjadi alasan utama dalam pengambilan keputusan tersebut. Merek menjadi sebuah model dalam menjalani kehidupan (*life style*) yang dapat meningkatkan kepercayaan diri seseorang atau bahkan menjadi tolak ukur kemampuan seseorang. Jika pada produk yang tergolong asli yang mana produk ini sangat sulit didapat dan dicapai oleh sebagian besar konsumen, memakai barang dengan merek terkenal menimbulkan kebanggaan tersendiri bagi pelanggan. Produsen menawarkan berbagai merek barang kepada pelanggan, sehingga pelanggan memiliki banyak sekali pilihan yang bergantung pada daya beli dan atau pada kemampuan mereka itu sendiri.²

Berdasarkan data yang dipublikasikan oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) Kementerian Hukum dan HAM tahun 2021 menjadi momen penting bagi pemerintah Indonesia dengan 127.142 permohonan pendaftaran merek, sehingga menempatkan Indonesia di peringkat kedua di antara negara-negara berkembang anggota Organisasi Kekayaan Intelektual Dunia (WIPO).³ Kesadaran pendaftaran merek terus berlanjut. Pada tahun 2023-2024, DJKI telah menerima 411.458 permohonan pendaftaran merek dari produk dalam dan luar negeri.⁴

Seiring dengan permohonan pendaftaran merek di Indonesia, ada masalah yang muncul. Pada tahun 2023-2024, banyak UMKM belum menyadari pentingnya pendaftaran merek. Menteri Yasonna Laoly menyebutkan bahwa hanya 11% dari 64 juta produk UMKM yang mereknya terdaftar di DJKI. Ia menekankan perlunya meningkatkan kesadaran pelaku usaha untuk mendaftarkan merek.⁵

² Khoirul Hidayah, *Hukum Hak Kekayaan Intelektual* (Jakarta: Setara Press, 2017), hlm. 54.

³ Fitria Nova Hernia, Permohonan KI Indonesia Masuk 10 Besar Negara Berkembang Anggota WIPO, <https://www.hukumonline.com/berita/a/permohonan-ki-indonesia-masuk-10-besar-negara-berkembang-anggota-wipo-lt63b7da596c0bc/>, diakses pada tanggal 15 Februari 2025

⁴ Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM, *Laporan Tahunan Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual 2024*, Jakarta: Kementerian Hukum dan HAM, 2025, hlm. 77.

⁵ Cnn Indonesia, Dari 64 Juta UMKM RI, Baru 11 Persen Terdaftar di Ditjen KI Kumham, <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230904013550-92-994264/dari-64-juta-umkm-ri-baru-11-persen-terdaftar-di-ditjen-ki-kumham>, diakses pada tanggal 15 Februari 2025

Prinsip pada merek berbeda dengan hak cipta. Walaupun keduanya merupakan hak kekayaan intelektual, mereka memiliki perbedaan dalam prinsip hukum. Hak cipta bersifat deklaratif, di mana perlindungan diberikan setelah ciptaan diumumkan, sementara merek bersifat konstitutif, diakui setelah pendaftaran resmi.⁶ Dalam konteks Indonesia, pendaftaran merek dilakukan melalui DJKI.

Berdasarkan ketentuan Pasal 1 Ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 yang membahas tentang Merek serta Indikasi Geografis (UU MIG), merek didefinisikan sebagai tanda yang dapat ditampilkan secara grafis dalam berbagai bentuk, seperti gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, baik dalam bentuk dua dimensi (2D) maupun tiga dimensi (3D). Selain itu, merek juga dapat berupa suara, hologram, atau kombinasi dari dua atau lebih elemen tersebut. Tujuan utama dari suatu merek adalah untuk membedakan barang atau jasa yang diproduksi atau diperdagangkan oleh individu maupun badan hukum dalam aktivitas komersial. Setiap merek yang ingin mendapatkan perlindungan hukum harus terlebih dahulu terdaftar melalui sistem konstitutif atau prinsip *first to file*.⁷

Dalam sistem hukum yang bersifat konstitutif ini, hak atas merek hanya akan diberikan kepada pihak yang pertama kali mengajukan permohonan pendaftaran merek secara sah. Hal ini dikenal dengan doktrin "*prior in filing*", yang menegaskan bahwa seseorang atau suatu badan hukum baru memiliki hak eksklusif atas merek setelah merek tersebut resmi terdaftar. Konsep ini juga sejalan dengan prinsip "*presumption of ownership*", yang menyatakan bahwa kepemilikan merek secara sah didasarkan pada pendaftaran yang telah disahkan oleh instansi berwenang.⁸ Sebagai akibat dari prinsip ini, pihak ketiga yang tidak memiliki hak atas merek harus menghormati hak pemilik merek yang sah. Pemilik merek terdaftar mendapatkan beberapa keuntungan hukum, termasuk:

⁶ Abdulkadir Muhammad, *Kajian Hukum Ekonomi Kekayaan Intelektual* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2017), hlm. 120.

⁷ Belardo Prasetya, Mohamad Fasyehhudin, dan Wardatun Naddifah, "Kebijakan Pemerintah Tentang Merek Dalam Memberikan Perlindungan Hukum Terhadap UMKM," *Jurnal Ilmiah Advokasi* 10, no. 2 (2022): 234.

⁸ Nanda Dwi Rizkia, *Hak Kekayaan Intelektual: Suatu Pengantar* (Bandung: Widina Media Utama, 2022), hlm. 45.

1. Hak untuk melarang penggunaan tanpa izin, di mana pemilik dapat melarang penggunaan merek oleh pihak lain tanpa persetujuan.
2. Hak untuk mengalihkan atau melisensikan merek, di mana pemilik dapat menjual atau memberikan lisensi penggunaan merek kepada pihak lain.

Perlindungan hukum yang kuat terhadap merek terdaftar membantu pemilik merek mendapatkan manfaat ekonomi dan menghindari sengketa hukum. Pendaftaran merek penting untuk melindungi identitas dan reputasi bisnis.

Prinsip konstitutif (*first to file*) dalam sistem pendaftaran merek memberikan perlindungan hukum yang kuat bagi pemilik merek yang terdaftar secara resmi. Pendaftaran merek menjadi bukti sah kepemilikan yang tidak bisa dibantah oleh pihak lain, menciptakan kepastian hukum bagi pemilik. Prinsip ini diakui tidak hanya dalam hukum nasional tetapi juga diatur dalam norma hukum internasional, khususnya dalam perjanjian *Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights* (TRIPs). Dalam Pasal 15 dan Pasal 16 TRIPs, disebutkan bahwa pemilik merek yang mana sudah terdaftar dan juga serta sudah memiliki hak yang eksklusif guna untuk melarang pihak ketiga menggunakan merek yang sama atau memiliki kemiripan dengan mereknya, terutama jika digunakan pada barang atau jasa yang serupa. Hak ini bertujuan untuk mencegah praktik yang dapat menimbulkan kebingungan di masyarakat mengenai asal-usul suatu produk atau layanan. Dengan demikian, prinsip yang ada pada *first to file* ini sendiri tidaklah hanya dapat memberikan keuntungan berupa perlindungan hukum kepada pemilik merek, tetapi juga berfungsi sebagai instrumen penting dalam menjaga transparansi serta juga pada kepercayaan yang dimiliki konsumen pada produk maupun jasa yang telah beredar luas di pasar.⁹

Salah satu dampak penting bagi pelaku usaha saat merek produk terdaftar di DJKI Kemenkumham adalah peningkatan kepercayaan pelanggan terhadap kualitas produk. Merek terdaftar memberikan kesan profesional dan memudahkan pengenalan oleh konsumen, membantu bisnis bersaing. Merek yang kuat menjadi

⁹ M. Hawin dan Budi Agus Riswandi, *Isu-Isu Penting Hak Kekayaan Intelektual* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2017), hlm. 50.

aset berharga.¹⁰ Dampak bagi pelaku usaha jelas dan harus didaftarkan, tetapi dalam dunia usaha tidak selalu berjalan baik. Meskipun terdaftar, banyak pelaku usaha bisa mengklaim kembali kepemilikan merek melalui forum penyelesaian sengketa.

Berdasarkan data dari Direktori Putusan Mahkamah Agung, hingga tahun 2023, terdapat sekitar 900 kasus sengketa merek yang telah ditangani, mencakup perkara yang ada pada perdata dan yang sudah ada pada pidana, baik itu adalah yang telah berkekuatan hukum yang tetap maupun itu yang masih dalam proses. Selain itu, menurut data yang tersedia di Direktori Putusan Mahkamah Agung, hingga saat ini terdapat 1.152 putusan terkait sengketa merek yang telah dipublikasikan.¹¹ Salah satu permasalahan mengapa sengketa hak atas merek sering muncul karena pendaftaran merek yang identik dengan merek yang sudah terdaftar sebelumnya. Salah satu permasalahan mengapa sengketa hak atas merek masih seringkali terjadi, bahkan bagi merek yang telah terdaftar disebabkan pendaftaran merek yang mana jenis atau kualitasnya yang identik atau bahkan itu hampir sama dengan merek yang sudah terdaftar sebelumnya atau seseorang atau perusahaan mendaftarkan merek pihak lain dengan iktikad tidak baik, misalnya untuk menguasai atau menjualnya kembali dengan harga tinggi.

Dalam beberapa tahun terakhir Indonesia mengalami kasus terhadap merek asing yang cukup kompleks yang berkaitan dengan adanya pemohon tidak beriktikad baik, pada tahun 2018 terjadi perkara sengketa merek asing antara J. Casanova vs Irawan Gunawan. Sengketa ini berawal dari penggunaan merek parfum “Casanova” yang telah lama dikenal di Prancis dan terdaftar di WIPO tetapi kenyataannya merek tersebut telah terdaftar oleh pihak Indonesia tanpa izin. Dalam hal ini Mahkamah Agung menilai tindakan tersebut sebagai bentuk pemohon beriktikad tidak baik karena memanfaatkan kepopuleran suatu produk dan menciptakan persaingan usaha tidak sehat, sehingga gugatan Casanova dikabulkan sebagian dan pendaftaran merek tergugat dibatalkan. Sama halnya kasus serupa pernah terjadi

¹⁰ Amin Purnawan dan Siti Ummu Abdillah, *Hukum Dagang dan Aspek Legalitas Usaha* (Bogor: Lidan Lestari, 2020), hlm. 87.

¹¹ Ramos Adi Perisai, Kegagalan Institusional atas Pelindungan Merek, <https://rechtsvinding.bphn.go.id/media.php?page=artikel&berita=637#:~:text=Merujuk%20pada%20situs%20daring%20direktori,tetap%20maupun%20yang%20tengah%20diproses>, diakses pada 15 Februari 2025

pada tahun 2019 pada putusan Nomor 01/Pdt.Sus-Merek/2019/PN. Niaga.Jkt.Pst sengketa antara HUGO BOSS Trade Mark Management GmbH & Co. KG (Penggugat) dengan Teddy Tan (Tergugat), sengketa ini berawal dari HUGO BOSS yang telah mendaftarkan merek tersebut di Indonesia “HUGO” pada 28 April 2009 dengan Nomor Pendaftaran IDM000202212-IDM000202215 pada kelas 3,18,24, dan 25. Sementara itu tergugat mendaftarkan merek “HUGO” pada kelas 25. Dalam perkara ini Pengadilan Niaga Jakarta Pusat menyatakan adanya iktikad tidak baik yang dilakukan oleh tergugat, bertolak belakang dengan pasal 20, pasal 21, dan pasal 76 ayat (1) UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Dengan mengabulkan gugatan penggugat untuk seluruhnya karena adanya persamaan pada pokok maupun keseluruhannya terhadap merek tergugat dengan merek HUGO BOSS. Penggugat dinyatakan sebagai pemilik pertama dan sah atas merek HUGO BOSS dan merek HUGO BOSS ditetapkan sebagai merek terkenal oleh putusan tersebut.

Dari contoh kasus diatas, terlihat bahwa Mahkamah Agung cenderung melindungi merek asing terkenal apabila terbukti adanya unsur iktikad tidak baik oleh pemohon di Indonesia. Namun, perlindungan hukum dapat gagal diperoleh apabila penggugat tidak dapat menunjukkan bukti reputasi merek yang cukup kuat. Hal ini memperlihatkan bahwa perlindungan terhadap merek asing terkenal di Indonesia tidak hanya bergantung pada prinsip *first to file*, tetapi juga pada pembuktian reputasi dan iktikad baik dalam pendaftaran mereknya.

Hal ini pernah terjadi dalam Putusan Nomor 83/Pdt.Sus-HKI/Merek/2023/PN Niaga Jkt.Pst. Merujuk pada posita berupa gugatan yang ada, bahwa Penggugat merupakan perusahaan Bosch Security Systems LLC yang bergerak di sektor usaha audio teknologi yang berdirikan di Amerika Serikat. Penggugat sebelumnya telah mendaftarkan merek “EV dan Logo” dan “ELECTRO-VOICE” yang sengaja digunakan oleh penggugat guna membedakan hasil produksinya dengan hasil produksi pihak lain yang sejenis dengannya. Merek tersebut dimiliki oleh penggugat dengan nomor pendaftaran 597559 tertanggal penerimaan 26 Januari 1953 dan tanggal pendaftaran 2 November 1954 yang didaftar guna untuk menjaga jenis-jenis pada barang yang ada pada di kelas 9 yaitu “mikrofon, dudukan

mikrofon, transformer mikrofon dan aksesoris mikrofon, klakson lipat pengeras suara, jaringan pengeras suara dan aksesoris pengeras suara, amplifier, sistem distribusi televisi dan katrid pengambilan fonografi”.

Merek “EV dan Logo” dan “ELECTRO-VOICE” tersebut telah digunakan oleh penggugat sedari lama dalam membangun reputasi bisnis, promosi usaha, dan produksi usaha yang bukan hanya berada di ruang lingkup wilayah Indonesia tetapi juga manca negara. Namun penggugat mengetahui bahwa merek “EVELECTROVOICE + Logo” yang pada pokoknya memiliki kesamaan dengan merek yang dimiliki penggugat “EV dan Logo” dan “ELECTRO-VOICE” yang sebelumnya telah terdaftar terlebih dahulu di DJKI tanpa sepengetahuan penggugat dengan nomor pendaftaran IDM000796912, nomor permohonan DID2019072229, tanggal Penerimaan Permohonan 25 November 2019, tanggal Pendaftaran 11 Agustus 2020 Kelas 9 dengan jenis barang alat pencampur suara; pengeras suara (*loudspeakers*), mikrofon, pengeras suara portabe nirkabel (*wireless portable speaker*).

Penggugat menganggap bahwa tindakan tergugat melanggar Pasal 21 Ayat (3) UU Merek, yang menyatakan bahwa permohonan dapat ditolak jika diajukan dengan iktikad tidak baik. Pemohon dengan iktikad baik adalah yang mendaftarkan mereknya secara jujur tanpa niat menipu pelanggan atau merugikan pihak lain. Untuk dianggap memiliki hak atas suatu merek, mendaftarkan merupakan kewajiban. Pendaftaran memberikan hak eksklusif atas penggunaan merek, melindunginya dari pemakaian yang tidak sah. Pendaftaran hanya dapat dilakukan oleh pemilik merek dengan reputasi baik dan dilakukan dengan niat yang jujur. Pemerintah memiliki peran penting dalam memastikan proses pendaftaran merek dijalankan sesuai hukum.¹² Prinsip iktikad baik sangat penting dalam pendaftaran merek untuk menjaga integritas hukum. Ini memastikan hanya pemohon yang beriktikad baik yang dapat mendaftarkan merek, mencegah peniruan atau pencurian identitas. Perlindungan hukum yang kuat diberikan kepada pemilik merek, memberi hak untuk menuntut pihak yang menggunakan atau mencoba mendaftarkan merek

¹² Farly Lumopa, Suherman, dan Imam Haryanto, “Itikad Baik Dalam Pendaftaran Merek Terkenal di Indonesia,” *Jurnal Yuridis* 5, no. 2 (2018): 77.

serupa tanpa izin. Mendaftarkan merek adalah bagian penting dari strategi bisnis untuk melindungi kekayaan intelektual dan menciptakan keunggulan kompetitif di pasar. Kelangsungan dunia usaha yang baik tergantung pada kepatuhan dalam penerapan hukum. Hal ini penting untuk melindungi hak atas merek yang sudah didaftarkan.

Perlindungan hukum yang konsisten dan adil dapat menciptakan iklim usaha yang kondusif. Para pelaku usaha akan merasa aman karena hak merek mereka terlindungi dari pendaftaran oleh pihak yang tidak beriktikad baik. Salah satu contoh penerapan perlindungan merek terdapat dalam Studi Putusan Nomor 83/Pdt.Sus-HKI/Merek/2023/PN Niaga Jkt.Pst, yang menarik untuk ditelaah lebih lanjut. Maka dari itu, penulis tentunya sangat tertarik dalam hal menyusun skripsi dengan judul “Tinjauan Yuridis Terhadap Iktikad Tidak Baik Dalam Perkara Sengketa Merek Bosch Security Systems LLC Di Indonesia (Studi Putusan Nomor 83/Pdt.Sus-HKI/Merek/2023/PN Niaga Jkt.Pst.)”

1.2 Rumusan Masalah

Identifikasi masalah dalam penelitian ini bertujuan untuk memfokuskan uraian penelitian pada hal-hal yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan, antara lain:

1. Bagaimana penerapan pengaturan hukum pemohon tidak beriktikad baik dalam Putusan Nomor 83/Pdt.Sus-HKI/Merek/2023/PN Niaga Jkt.Pst terhadap sengketa merek Bosch Security Systems LLC?
2. Bagaimana akibat hukum yang terjadi dari pendaftaran merek tidak beriktikad baik terhadap para pihak yang bersengketa dalam Putusan Nomor 83/Pdt.Sus-HKI/Merek/2023/PN Niaga Jkt.Pst?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

1. Ruang Lingkup Keilmuan

Ruang lingkup keilmuan dalam penelitian skripsi ini adalah hukum keperdataan di bidang Hak Kekayaan Intelektual yang berkaitan dengan merek dagang dengan berfokus pada tinjauan yuridis terhadap asas iktikad baik dalam pendaftaran merek di Indonesia.

2. Ruang Lingkup Objek Kajian

Ruang lingkup dalam pembahasan penelitian ini mengkaji mengenai penerapan pengaturan hukum terkait pemohon yang tidak beriktikad baik dalam Putusan Nomor 83/Pdt.Sus-HKI/Merek/2023/PN Niaga Jkt.Pst terhadap sengketa merek Bosch Security Systems LLC dan akibat hukumnya dalam sengketa merek antara Bosch Security Systems LLC dengan pihak tergugat di Indonesia dilihat dari kesesuaiannya dengan asas iktikad baik menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, penelitian hukum ini memiliki beberapa tujuan utama yang ingin dicapai, yaitu:

1. Melakukan analisis mendalam terhadap penerapan pengaturan hukum terkait pemohon yang tidak beriktikad baik dalam Putusan Nomor 83/Pdt.Sus-HKI/Merek/2023/PN Niaga Jkt.Pst. Analisis ini mencakup kajian terutama terhadap penerapan asas iktikad tidak baik dalam pendaftaran merek di Indonesia.
2. Mengkaji konsekuensi hukum bagi pendaftaran merek yang bertindak tanpa iktikad baik terhadap para pihak yang besengketa sebagaimana ditetapkan dalam Putusan Nomor 83/Pdt. Sus-HKI/Merek/2023/PN Niaga Jkt.Pst. Pembahasan mencakup dampak hukum terhadap pihak yang terlibat, hak kepemilikan merek, perlindungan hukum bagi pemilik merek sah, dan implikasi terhadap sistem perlindungan merek di Indonesia.

1.5 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Pada penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis dalam mengembangkan ilmu hukum, khususnya dalam hukum perdata dan hukum kekayaan intelektual. Fokus utama penelitian ini adalah aspek iktikad baik dalam pendaftaran merek dan perlindungan hukum terhadap merek dagang. Melalui analisis terhadap Putusan Nomor 83/Pdt.Sus-HKI/Merek/2023/PN Niaga Jkt.Pst, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan lebih mendalam mengenai penerapan pengaturan hukum terkait pemohon yang tidak beriktikad baik. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan wawasan terhadap akibat hukum yang terjadi dari pendaftaran merek tidak beriktikad baik terhadap para pihak yang bersengketa dalam Putusan Nomor 83/Pdt.Sus-HKI/Merek/2023/PN Niaga Jkt.Pst.

2. Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi penulis, dapat menambah wawasan tentang penerapan pengaturan hukum pemohon tidak beriktikad baik serta dampaknya dalam perkara merek dengan mempertimbangkan perlindungan merek untuk mencegah pendaftaran merek secara tidak baik.
- b. Memberikan pemahaman kepada pihak berkepentingan tentang pentingnya mendaftarkan merek dengan iktikad baik.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Umum Hak Kekayaan Intelektual

2.1.1 Dasar Hukum Kekayaan Intelektual

Hak Kekayaan Intelektual (HKI) melindungi hak kepemilikan atas karya yang diciptakan melalui kecerdasan dan kreativitas manusia. HKI memberikan penghargaan atas usaha intelektual dan mencegah penyalahgunaan. Selain itu, pesatnya perkembangan teknologi turut membawa dampak signifikan terhadap dinamika perdagangan di Indonesia. Agar dapat bersaing di pasar global dan memastikan perlindungan hukum yang lebih baik terhadap kekayaan intelektual, Indonesia memutuskan untuk menjadi anggota *World Trade Organization* (WTO). Keanggotaan ini diwujudkan melalui pengesahan Undang-Undang No. 7 pada Tahun 1994, yang menegaskan komitmen negara dalam mengikuti aturan perdagangan internasional, termasuk perlindungan terhadap Hak Kekayaan Intelektual sesuai dengan standar global.

2.1.2 Pengertian Hak Kekayaan Intelektual

Hak Kekayaan Intelektual (HKI) adalah hak eksklusif yang diberikan kepada individu atau badan hukum atas karya intelektual yang mereka ciptakan. Hak ini unik karena berkaitan dengan kreativitas, inovasi, dan pemikiran orisinal. HKI hanya diberikan jika pencipta memenuhi prosedur dan persyaratan hukum, tidak otomatis. HKI mencakup karya yang dihasilkan dari kemampuan intelektual manusia. Ini termasuk penemuan, kreasi seni, desain, merek dagang, dan inovasi lainnya. Perlindungan HKI bertujuan mengakui kepemilikan pencipta dan mendorong inovasi.

HKI melindungi kekayaan intelektual ciptaan, memberikan hak kontrol kepada pencipta atas penggunaan dan distribusi karya mereka. HKI bersifat eksklusif untuk pencipta dalam berbagai bidang. Karya-karya ini berasal dari kemampuan manusia yang melibatkan pengorbanan pikiran dan waktu. Di Indonesia, pengakuan terhadap karya intelektual bersifat moral. Masyarakat cenderung komunal, sehingga hak individu tereduksi oleh kepentingan bersama. Hak individu sudah dipatuhi, tetapi aturan masih terbatas pada norma tidak tertulis.¹³

2.1.3 Jenis-Jenis Hak Kekayaan Intelektual

Jenis-jenis Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di Indonesia terdiri dari beberapa kategori yang masing-masing memiliki karakteristik dan perlindungan hukum yang berbeda. Berikut adalah penjelasan lebih rinci mengenai jenis-jenis tersebut:

a. Hak Paten

Hak Paten adalah hak eksklusif yang diberikan kepada individu atau entitas atas invensi terkait teknologi hasil pemecahan masalah dalam industri. Invensi bisa berupa produk baru, proses penyempurnaan, atau pengembangan produk dan proses yang sudah ada. Pemilik hak paten, atau inventor, dapat melaksanakan invensinya sendiri atau memberi izin kepada orang lain. Di Indonesia, hak paten diatur dalam Undang-Undang No. 13 Tahun 2016, yang menetapkan jangka waktu 20 tahun.

Paten mendorong inovasi dan memberikan perlindungan terhadap karya intelektual yang inovatif dan bermanfaat. Dengan demikian, hak paten tidak hanya melindungi kepentingan individu atau perusahaan tetapi juga berperan penting dalam mendorong kemajuan teknologi dan meningkatkan daya saing suatu negara di kancah global.

b. Hak Merek

Hak Merek adalah simbol yang dipakai dalam perdagangan yang dapat dinyatakan secara grafis, termasuk gambar, logo, nama, dan warna, serta bentuk suara atau hologram. Tujuan utama hak merek adalah membedakan produk atau layanan dari yang lain. Di Indonesia, hak merek diatur oleh Undang-Undang No. 20 Tahun 2016

¹³ Syafrinaldi, Fahmi, dan Abdi Almaktsur, *Hak Kekayaan Intelektual* (Pekanbaru: Suska Press, 2008), hlm. 39.

(UU MIG), yang memberikan hak eksklusif kepada pemilik merek yang terdaftar. Hak ini melindungi pemilik dari penggunaan yang tidak sah dan membantu membangun reputasi. Pendaftaran dilakukan di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual dengan hak eksklusif selama 10 tahun yang dapat diperpanjang, memberikan kepastian hukum dan perlindungan pada merek. Hak merek penting bagi bisnis untuk melindungi identitas produk dan meningkatkan daya saing.¹⁴

Hak merek merupakan hak eksklusif yang diberikan kepada pemilik merek terdaftar untuk menggunakan mereknya sendiri atau memberikan izin kepada pihak lain melalui perjanjian lisensi. Hak ini berfungsi sebagai perlindungan terhadap identitas dan reputasi produk atau jasa yang dihasilkan oleh pemiliknya. Dengan adanya hak merek, pemilik memperoleh perlindungan hukum baik secara preventif melalui pendaftaran, sosialisasi, dan pengawasan pasar, maupun secara represif melalui penyelesaian sengketa perdata, pidana, dan alternatif.¹⁵ Hak ini penting untuk mendukung terciptanya persaingan usaha yang sehat serta menjaga kepercayaan konsumen terhadap produk yang beredar di pasaran.

c. Hak Cipta

Hak yang mengatur hasil karya intelektual dalam ilmu pengetahuan, seni, dan sastra memberikan perlindungan hukum kepada pencipta untuk karya yang telah diwujudkan secara nyata. Perlindungan hanya berlaku untuk karya yang terdaftar sebagai Hak Cipta dan tidak untuk ide atau konsep. Hak Cipta bersifat eksklusif dan muncul otomatis saat karya dihasilkan, tetapi pendaftaran di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual sangat dianjurkan. Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 mencakup hak moral dan ekonomi pencipta, bertujuan mendorong kreativitas dan memberikan perlindungan hukum.

¹⁴ Latifa Mustafida, *Pengertian Haki dan macam macam bentuknya*, <https://legal2us.com/1986-2/>.

¹⁵ Lesmana Clara, Sylvia, Dianne Eka Rusmawati, dan Nenny Dwi Ariani, "Perlindungan Hukum Merek di Indonesia Secara Preventif dan Penegakan Represif Berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis." *Causa: Jurnal Hukum dan Kewarganegaraan* 14, no. 2 (2025): 131–140.

d. Desain Industri

Desain industri adalah kreasi bentuk, susunan, atau kombinasi garis dan warna yang memiliki nilai estetika dan dapat digunakan dalam produk. Pendaftaran desain industri sederhana, asalkan desain baru dan sesuai hukum. Regulasi desain industri diatur dalam Undang-Undang No. 31 Tahun 2000.

e. Indikasi Geografis

Indikasi Geografis adalah tanda yang menunjukkan asal produk dengan karakteristik khusus yang tidak ada pada produk lain. Keunikan ini bisa berasal dari faktor lingkungan, seperti tanah dan iklim, atau dari faktor manusia, seperti metode produksi tradisional. Produk dengan Indikasi Geografis biasanya memiliki nilai ekonomi tinggi, seperti Kopi Gayo, Tenun Ikat Sumba, Garam Amed, dan Cokelat Minahasa. Regulasi mengenai Indikasi Geografis di Indonesia diatur dalam Peraturan Pemerintah No. 51 Tahun 2007 untuk perlindungan dan pendaftaran produk.

f. Rahasia Dagang

Rahasia dagang adalah informasi terkait teknologi atau bisnis yang dijaga kerahasiaannya karena memiliki nilai ekonomi dan memberikan keuntungan kompetitif. Informasi ini tidak diketahui publik dan hanya boleh diakses oleh pihak tertentu. Contoh rahasia dagang mencakup metode produksi, proses pengolahan, strategi penjualan dan pemasaran, serta data keuangan dan manajemen operasional. Di Indonesia, perlindungan hukum untuk rahasia dagang diatur dalam Undang-Undang No. 30 Tahun 2000, memberikan hak eksklusif kepada pemilik informasi. Pelanggaran dapat dikenakan sanksi berat. Perlindungan ini penting untuk menjaga keunggulan kompetitif perusahaan.

g. Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu

Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu (DTLST) adalah rancangan tiga dimensi yang menentukan peletakan elemen dalam semikonduktor, termasuk elemen aktif. Ini mencakup elemen individual dan interkoneksi dalam sirkuit terpadu. Proses ini

penting untuk manufaktur sirkuit. Perlindungan hukum terhadap DTLST diatur oleh Undang-Undang No. 32 Tahun 2000, memberikan hak eksklusif kepada perancang. Desain harus orisinal dan perlindungan berlaku selama 10 tahun. DTLST penting bagi industri elektronik dan teknologi, mendorong inovasi, pertumbuhan ekonomi, dan daya saing.

2.2 Tinjauan Umum Merek

2.2.1 Dasar Hukum, Pengertian, Jenis dan Bentuk Merek

a. Dasar Hukum Merek

Undang-Undang Merek di Indonesia telah mengalami beberapa kali perubahan sejak kemerdekaan pada 17 Agustus 1945. Awalnya, peraturan yang berlaku adalah *Reglement Industriële Eigendom* tahun 1912, yang kemudian digantikan oleh Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961. Selanjutnya, melalui kerja Tim Keppres Nomor 34 Tahun 1986, undang-undang tersebut direvisi menjadi Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992, yang mulai diterapkan pada 1 Maret 1993.¹⁶ Saat ini, regulasi terbaru mengenai merek di Indonesia adalah Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang menggantikan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001. Dasar hukum merek juga mencakup regulasi internasional, termasuk Perjanjian *Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights* (TRIPs) yang mengatur perlindungan merek dalam sistem WTO. TRIPs menetapkan standar minimum perlindungan hak kekayaan intelektual untuk negara anggota WTO. Selain itu, ada Protokol Madrid yang memudahkan pendaftaran merek internasional. Indonesia menjadi anggota Protokol Madrid sejak 2 Januari 2018, dan undang-undang domestik mengatur mekanisme pendaftaran merek internasional dengan lebih baik.¹⁷

b. Pengertian Merek

Secara etimologis, istilah "merek" berasal dari bahasa Inggris, *trade mark*, yang berarti tanda dagang. Merek berfungsi sebagai alat identifikasi,

¹⁶ Taryana Soenandar, *Perlindungan HAKI di Negara-Negara ASEAN* (Jakarta: Sinar Grafika, 2010), hlm. 67.

¹⁷ Muhammad Djumhana dan R. Djubaedillah, *Perkembangan Doktrin dan Teori Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2006), hlm. 161.

memberikan keunikan pada produk atau jasa. Simbol-simbol seperti TM, SM, dan [®] menunjukkan status hukum merek. Sejarah merek dimulai dengan cap panas untuk hewan dan berkembang menjadi aset bisnis penting yang meningkatkan daya saing perusahaan.¹⁸ Perlindungan merek dagang diperkuat oleh regulasi hukum nasional dan internasional seperti Perjanjian TRIPs (*Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights*), memastikan hak eksklusif pemilik.

Merek didefinisikan dalam Pasal 1 Ayat (1) Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis sebagai tanda yang ditampilkan secara grafis untuk mengidentifikasi produk atau jasa. Elemen yang dapat digunakan sebagai merek termasuk gambar atau logo, nama atau kata-kata, huruf dan angka, kombinasi warna, bentuk dua dimensi dan tiga dimensi, suara, hologram, serta gabungan dari dua atau lebih elemen. Fungsi utama merek adalah membedakan barang atau jasa yang diproduksi oleh individu atau perusahaan, mengidentifikasi produk berdasarkan kualitas, dan memberikan perlindungan hukum kepada pemiliknya. Pendaftaran merek memberikan hak eksklusif untuk menggunakan dan melindungi merek.

Beberapa akademisi memiliki pandangan berbeda mengenai merek, di antaranya:

1. Menurut Molengraaf, merek berfungsi sebagai alat identifikasi suatu barang, yang menunjukkan asalnya serta menjamin kualitasnya, sehingga memungkinkan perbandingan dengan barang sejenis yang diproduksi atau diperdagangkan oleh pihak lain.¹⁹
2. H.M.N Purwo Sutjipto mendefinisikan merek sebagai tanda yang digunakan untuk memberikan monopoli atas suatu barang tertentu dengan tujuan membedakannya dari barang lain yang sejenis.²⁰
3. Soekardono menjelaskan bahwa merek adalah tanda, ciri, atau simbol yang digunakan untuk mengidentifikasi suatu barang tertentu, sekaligus menunjukkan asal barang atau menjamin kualitasnya dalam

¹⁸ Venantia Sri Hadiarinanti, *Hak Kekayaan Intelektual: Merek & Merek Terkenal* (Jakarta: Unika Atma Jaya, 2009), hlm. 7.

¹⁹ Farida Hasyim, *Hukum Dagang* (Jakarta: Sinar Grafika, 2011), hlm. 78.

²⁰ H.M.N. Purwo Sutjipto, *Pengertian Pokok-Pokok Hukum Dagang Indonesia* (Jakarta: Djambatan, 2015), hlm. 102.

perbandingan dengan produk sejenis dari perusahaan lain.²¹

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa merek adalah identitas yang membedakan barang atau jasa dari produk serupa. Merek tidak hanya tanda pengenal, tetapi juga kunci strategi bisnis karena membantu konsumen mengenali produk berdasarkan keunikannya. Secara umum, beberapa jenis tanda yang dapat dikategorikan sebagai merek meliputi:

- 1) Kata, yang membantu membedakan produk atau jasa.
- 2) Huruf, yang menjadi identitas merek.
- 3) Angka, kombinasi lebih dari dua angka.
- 4) Gambar, representasi visual dari objek.
- 5) Warna, kombinasi warna atau pola.
- 6) Gabungan elemen, untuk menciptakan identitas merek unik.²²

c. Jenis Merek

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 mengatur tentang merek dan indikasi geografis, mencakup definisi, klasifikasi, perlindungan hukum, dan prosedur pendaftaran. Merek dibagi menjadi merek dagang, merek jasa, dan merek kolektif. Merek dagang (*Trade Mark*) adalah tanda untuk membedakan produk di pasar dan memberikan identitas unik serta reputasi. Fungsi utama merek dagang adalah memberikan identitas unik pada suatu produk sehingga dapat dikenali oleh konsumen serta membantu membangun citra dan reputasi suatu merek di pasaran.

Contoh merek dagang yang terkenal meliputi nama-nama brand dalam industri makanan, minuman, elektronik, dan *fashion*, seperti Coca-Cola, Apple, Adidas, dan Samsung. Keberadaan merek dagang memberikan hak eksklusif bagi pemilikinya untuk menggunakannya dalam kegiatan bisnis serta mencegah pihak lain menggunakan merek yang sama atau menyerupai tanpa izin..²³

²¹ Ok Saidin, *Aspek Hukum Kekayaan Intelektual* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2015), hlm. 33.

²² Tomi Suryo Utomo, *Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di Era Global* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm. 204.

²³ Muhammad Djumhana dan R. Djubaedillah, *Op.Cit.*, hlm. 169.

Merek jasa (*Service Mark*) membedakan layanan yang ditawarkan oleh perusahaan atau individu dari layanan serupa lainnya.²⁴ Merek Kolektif adalah merek dari kelompok atau asosiasi untuk produk atau jasa anggotanya. Dengan adanya Pengaturan hukum dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 bertujuan melindungi pemilik merek dan mencegah pemalsuan. Pendaftaran merek penting untuk hak eksklusif.

d. Bentuk Merek

Bentuk merek mengacu pada wujud yang digunakan untuk mengidentifikasi barang atau jasa. Berikut adalah berbagai bentuk merek:²⁵

1. Merek berbentuk gambar atau ilustrasi

Merek ini membedakan suatu barang atau jasa melalui desain atau simbol visual, yang sering disebut sebagai merek lukisan. Contohnya adalah gambar apel pada produk smartphone.

2. Merek berbentuk kata

Jenis merek ini membedakan produk atau layanan berdasarkan bunyi kata yang digunakan, dikenal sebagai merek kata. Contohnya adalah “Indomie” untuk produk makanan.

3. Merek berbentuk huruf atau angka

Merek ini menggunakan kombinasi huruf atau angka sebagai identitas produk atau jasa, yang disebut sebagai merek huruf atau angka. Contohnya adalah “ABC” pada produk kecap.

4. Merek berbentuk nama

Jenis merek ini membedakan barang atau jasa melalui penggunaan nama tertentu, yang dikenal sebagai merek nama. Contohnya adalah “*Alexander Christie*” pada produk jam tangan.

5. Merek berbentuk kombinasi

Merek ini menggabungkan elemen gambar dan kata untuk menciptakan identitas yang unik, disebut sebagai merek kombinasi. Contohnya adalah gambar orang tua dan huruf “OT” pada produk makanan ringan.

²⁴ *Ibid.*

²⁵ *Ibid.*, hlm. 167.

2.2.2 Fungsi Merek

Fungsi utama dari merek adalah membedakan produk atau jasa dari satu pihak dengan pihak lainnya, sehingga membantu konsumen mengenali dan membedakan produk di pasar. Produk yang dibandingkan harus dalam kategori yang sama agar perbedaan antara merek dapat diidentifikasi. Pengelompokan ini juga memberikan perlindungan hukum bagi pemilik merek, mencegah penggunaan merek yang sama atau mirip. Merek berfungsi sebagai simbol kualitas dan reputasi, menciptakan loyalitas pelanggan. Merek yang kuat memberikan keuntungan kompetitif, menarik pelanggan, dan meningkatkan nilai jual. Merek juga membantu produsen menjaga mutu dan nilai produk serta berfungsi sebagai alat promosi untuk pedagang.²⁶

Dalam konteks bisnis, memiliki merek yang kuat dapat memberikan keuntungan kompetitif yang signifikan. Merek yang dikenal luas dapat menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan nilai jual produk. Oleh karena itu, perusahaan sering kali berinvestasi dalam strategi pemasaran dan pengembangan merek untuk memperkuat posisi mereka di pasar. Secara keseluruhan, fungsi merek tidak hanya terbatas pada identifikasi produk tetapi juga mencakup aspek perlindungan hukum dan penciptaan nilai tambah bagi perusahaan serta pengalaman positif bagi konsumen. Merek yang kuat dapat menjadi aset berharga bagi perusahaan dalam jangka panjang.

Dari sudut pandang konsumen, merek membantu dalam memilih produk yang diinginkan. Ketika konsumen melihat, membaca, atau mendengar nama suatu merek, mereka dapat segera mengenali karakteristik serta kualitas dari produk atau layanan yang ditawarkan. Hal ini sangat membantu dalam mengurangi kebingungan di tengah banyaknya pilihan yang tersedia di pasar. Konsumen cenderung memiliki preferensi terhadap merek tertentu yang telah mereka kenal dan percayai.

Jika mereka merasa puas dengan pengalaman menggunakan produk atau jasa dari merek tersebut, kemungkinan besar mereka akan terus memilih untuk membeli atau

²⁶ *Ibid.*

menggunakan produk itu di masa mendatang. Dalam banyak kasus, konsumen hanya perlu menyebutkan nama merek untuk merujuk pada produk yang mereka inginkan, menunjukkan tingkat kepercayaan dan loyalitas yang tinggi terhadap merek tersebut. Saat melihat atau mendengar nama merek. Pengalaman positif dapat menciptakan hubungan emosional yang membuat mereka lebih cenderung merekomendasikan merek tersebut. Merek juga membangun identitas di benak konsumen, menciptakan persepsi tertentu tentang produk. Secara keseluruhan, merek memudahkan pemilihan dan meningkatkan pengalaman berbelanja.²⁷ Merek yang kuat dapat menciptakan persepsi tertentu tentang produk atau layanan, seperti kesan premium, inovatif, atau ramah lingkungan. Dengan demikian, konsumen tidak hanya membeli produk, mereka juga membeli nilai dan pengalaman yang diwakili oleh merek tersebut. Secara keseluruhan, dari perspektif konsumen, keberadaan merek tidak hanya memudahkan dalam memilih produk tetapi juga berkontribusi pada pengalaman keseluruhan mereka dalam berbelanja.

2.2.3 Syarat dan Prosedur Pendaftaran Merek

Pendaftaran merek adalah proses hukum yang memberikan perlindungan kepada pemilik merek dari penggunaan yang tidak sah. Diatur oleh Peraturan Pemerintah Nomor 23 dan 24 Tahun 1993, proses ini memastikan merek terdaftar mendapatkan perlindungan hukum dan klasifikasi yang jelas. Pengajuan pendaftaran dilakukan dengan permohonan tertulis kepada Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual dengan melampirkan dokumen penting. Dokumen yang diperlukan meliputi surat pernyataan kepemilikan merek, 20 etiket merek, dokumen badan hukum jika berlaku, surat kuasa jika dikuasakan, dan bukti pembayaran biaya pendaftaran.²⁸ Dengan mendaftarkan merek secara resmi, pemilik merek mendapatkan hak eksklusif atas penggunaan merek dalam kategori barang atau jasa yang didaftarkan. Pendaftaran merek juga memberikan perlindungan hukum, mencegah pelanggaran oleh pihak lain, meningkatkan kredibilitas bisnis, dan membuka peluang dalam strategi pemasaran. Pendaftaran merek sangat penting bagi pelaku usaha dalam membangun identitas dan daya saing di pasar.

²⁷ *Ibid.*

²⁸ *Ibid.*, hlm. 188.

Permohonan pendaftaran merek harus memenuhi persyaratan administratif yang telah ditetapkan, termasuk ditandatangani oleh pemilik atau kuasanya. Pemohon wajib mencantumkan tanggal pengajuan, identitas lengkap pemohon, informasi perwakilan (jika ada), unsur warna dalam merek (jika ada), hak prioritas (jika berlaku), dan klasifikasi barang atau jasa. Setelah permohonan diajukan dan dokumen lengkap, Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (DJKI) akan mengumumkan pendaftaran dalam waktu maksimal 15 hari. Prosedur ini bertujuan untuk memberikan kepastian hukum dan mencegah konflik kepemilikan merek. Pemilik merek harus memahami setiap tahap agar mereknya terlindungi.

2.2.4 Perlindungan Hukum Atas Merek

Perlindungan merek dilakukan dengan dua pendekatan, yakni preventif, yang memberikan hak eksklusif, dan represif, yang mencabut hak penggunaan merek.²⁹ Perlindungan preventif dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu melalui pendaftaran merek dan pemberian lisensi. Hak eksklusif yang diberikan kepada pemegang merek didasarkan pada sistem konstitutif yang tercantum dalam Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis, yang menekankan peran penting lembaga pendaftaran merek dalam menjaga hak-hak tersebut. Sesuai dengan Pasal 35 Ayat (1) UU Merek dan Indikasi Geografis, perlindungan preventif terhadap merek yang telah terdaftar berlaku selama sepuluh tahun sejak tanggal pengajuan permohonan dan dapat diperpanjang untuk periode yang sama.³⁰

Perlindungan represif bertujuan untuk menangani pelanggaran hak atas merek yang sudah terjadi. Perlindungan ini dilakukan dengan memberikan sanksi kepada pelanggar sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.³¹ Perlindungan represif menangani pelanggaran merek dengan sanksi hukum dan gugatan pembatalan merek.

²⁹ Titon Slamet Kurnia, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal di Indonesia Pasca Perjanjian TRIPs* (Bandung: Alumni, 2011), hlm. 158.

³⁰ *Ibid.*

³¹ *Ibid.*

2.2.5 Pendaftaran Merek

1. Sistem Pendaftaran Merek

Sistem pendaftaran merek di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis yang menerapkan prinsip konstitutif atau *first to file*. Hak atas merek diperoleh melalui pendaftaran, bukan penggunaan pertama. Tanpa pendaftaran resmi, pemilik tidak mendapatkan perlindungan hukum. Setelah mendaftar, pemilik memperoleh hak eksklusif dan dapat mencegah pihak lain menggunakan merek serupa. Dalam sistem ini, pemohon pertama dianggap pemilik sah merek. Proses pendaftaran melibatkan pengajuan permohonan, pemeriksaan substantif, dan penerbitan sertifikat. Ini mendorong pelaku usaha mendaftarkan merek dan menciptakan lingkungan bisnis yang lebih adil dan transparan.³²

Prosedur pendaftaran merek di Indonesia dilakukan dengan mengajukan permohonan tertulis kepada Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual dalam Bahasa Indonesia. Pemohon dapat mendaftar lebih dari satu kelas barang dan/atau jasa. Pemohon bisa individu, kelompok, atau badan hukum, dan pemohon luar negeri harus menggunakan kuasa hukum di Indonesia. Dalam proses pendaftaran merek, pemohon bisa mengajukan hak prioritas, sebagai perlindungan hukum. Hak ini diatur dalam Pasal 1 Ayat (17) Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis.³³ Hak prioritas memberikan keuntungan bagi pemilik merek dengan mengamankan hak mereknya di Indonesia tanpa kehilangan status prioritas di negara asal. Pemohon harus berasal dari negara anggota Konvensi Paris atau WTO. Untuk memperoleh hak prioritas, pemohon harus mengajukan permohonan dalam waktu yang ditentukan.

Selain itu, harus menyertakan bukti pendaftaran di negara asal. Hak prioritas melindungi pemilik merek dari penyalahgunaan oleh pihak lain dan mencerminkan komitmen Indonesia terhadap perdagangan internasional. Pemohon harus mengikuti prosedur yang benar agar hak prioritas dapat diterapkan. Jika tidak, pendaftaran merek akan diproses seperti biasa.³⁴ Pemberlakuan hak prioritas dalam

³² Ok Saidin, *Op.Cit.*, 363.

³³ Sufiarina, "Hak Prioritas dan Hak Eksklusif dalam Perlindungan HKI," *Jurnal Hukum* 3, no. 2 (2014): 271.

³⁴ *Ibid.*

pendaftaran merek bertujuan menciptakan kesetaraan bagi warga negara asing yang ingin mendaftarkan merek di negara-negara anggota Konvensi Paris. Pemohon dari negara dalam konvensi dapat mengajukan permohonan di negara tujuan dengan mengakui tanggal permohonan di negara asal sebagai tanggal prioritas. Namun, hak ini hanya diperoleh jika permohonan diajukan dalam waktu enam bulan setelah penerimaan permohonan pertama. Bukti penerimaan pendaftaran harus diterjemahkan oleh penerjemah tersumpah. Pemohon dari luar negeri harus menggunakan kuasa hukum di Indonesia. Proses ini memberikan perlindungan hukum bagi merek di pasar internasional.³⁵

Merek terbagi menjadi tiga jenis, yaitu Merek biasa (*normal marks*), Merek terkenal (*well-known marks*), dan Merek termasyhur (*famous marks*). Merek terkenal biasanya harus terdaftar untuk mendapatkan perlindungan hukum, sedangkan Merek terkenal sering kali dilindungi tanpa pendaftaran tetapi hanya untuk barang sejenis. Merek terkenal bisa mendapatkan perlindungan lebih luas meskipun sulit dibuktikan. Indonesia menganut sistem pendaftaran konstitutif (*first to file*), di mana hak atas Merek diberikan kepada pihak yang pertama kali mendaftarkannya. Meski begitu, Merek terkenal yang belum terdaftar tetap mendapat perlindungan karena Indonesia meratifikasi Konvensi Paris dan Perjanjian TRIPs.

2. Merek Yang Tidak Dapat Didaftar

Suatu merek harus memiliki daya pembeda yang cukup untuk membedakan barang atau jasa dari satu perusahaan dengan yang lain. Daya pembeda ini membantu konsumen mengenali dan memilih produk. Tanpa daya pembeda, tanda tidak dapat dianggap sebagai merek dan tidak mendapatkan perlindungan hukum.³⁶

Permohonan pendaftaran merek yang diajukan dengan niat tidak baik tidak akan diterima. Pendaftaran merek tidak dapat dilakukan jika pemohon bertindak dengan iktikad tidak baik, seperti meniru atau menjiplak. Pemilik merek yang bertindak dengan iktikad baik adalah mereka yang mendaftarkan merek secara jujur. Daya pembeda dan iktikad baik sangat penting dalam pendaftaran merek untuk

³⁵ *Ibid.*

³⁶ Muhammad Djumhana dan R. Djubaedillah, *Op.Cit.*, hlm. 156.

menciptakan lingkungan bisnis yang sehat dan adil. Keduanya membantu melindungi hak kekayaan intelektual dan mendorong inovasi serta persaingan sehat di pasar.³⁷

Dalam proses pendaftaran merek, tidak semua tanda bisa diterima atau dilindungi hukum. Pasal 20 Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis menyebutkan beberapa kriteria yang membuat tanda tidak memenuhi syarat. Kategori tanda yang tidak bisa didaftarkan termasuk yang bertentangan dengan hukum, moral, agama, kesusilaan, atau ketertiban umum; serta yang tidak memiliki daya pembeda. Merek harus unik dan tidak bersifat umum atau deskriptif. Contoh yang ditolak termasuk kata atau gambar yang terlalu umum dan tidak kreatif.³⁸ Sudah menjadi milik umum (*public domain*) tidak dapat didaftarkan sebagai merek. Contoh termasuk simbol universal seperti tanda tengkorak dan lambang palang merah. Nama generik yang luas juga tidak bisa didaftarkan. Tanda yang bersifat deskriptif tidak ada daya pembeda.³⁹

Dengan adanya ketentuan ini, tujuan utama dari perlindungan merek adalah untuk memastikan bahwa hanya tanda yang memiliki identitas unik dan tidak menimbulkan konflik hukum atau sosial yang dapat didaftarkan serta mendapatkan hak eksklusif. Oleh karena itu, sebelum mengajukan permohonan pendaftaran merek, pemohon perlu memastikan bahwa tanda yang digunakan memenuhi persyaratan hukum dan memiliki ciri khas yang kuat agar dapat memperoleh perlindungan hukum yang sah.

Dalam proses pendaftaran merek, tidak semua permohonan dapat diterima. Pasal 21 Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis menetapkan bahwa permohonan pendaftaran merek dapat ditolak apabila memenuhi salah satu dari beberapa kondisi memiliki kesamaan secara substansial atau keseluruhan dengan merek yang sudah ada, menyerupai nama tokoh terkenal, badan hukum, atau simbol resmi tanpa izin, dan diajukan oleh pihak dengan iktikad tidak baik. Pendaftaran merek dapat ditolak

³⁷ Rachmadi Usman, "Hak Cipta Sebagai Objek Jaminan Fidusia," *Wasaka Hukum* 10, no. 2 (2022): 326.

³⁸ *Ibid.*, hlm. 351.

³⁹ *Ibid.*, hlm. 329.

jika pemohon berniat untuk menyalahi aturan hukum atau bertindak tidak jujur. Lebih lanjut, aturan teknis dan prosedur mengenai penolakan pendaftaran merek diatur dalam Peraturan Menteri yang berkaitan dengan Hak Kekayaan Intelektual. Dengan memahami berbagai alasan penolakan pendaftaran merek, pemohon dapat melakukan riset terlebih dahulu sebelum mengajukan permohonan.

Perlindungan terhadap merek terdaftar di Indonesia berlaku selama 10 tahun sejak tanggal penerimaan pendaftaran dan dapat diperpanjang untuk periode yang sama setiap kali permohonan perpanjangan diajukan. Permohonan perpanjangan harus diajukan secara tertulis enam bulan sebelum masa perlindungan berakhir. Syarat-syarat yang diperlukan untuk mengajukan permohonan perpanjangan meliputi etiket label merek, sertifikat merek, surat kuasa, surat pernyataan penggunaan merek, surat pernyataan tidak menggunakan kelas barang/jasa, dan surat rekomendasi UKM binaan.

Memperpanjang jangka waktu perlindungan merek penting bagi pemilik usaha. Dengan pembaruan, pemilik dapat mempertahankan eksklusivitas mereknya, sehingga mencegah penggunaan atau peniruan oleh pihak lain yang dapat merugikan mereka. Perlindungan yang berkelanjutan juga memberi rasa aman kepada konsumen karena menjamin bahwa produk atau jasa berasal dari pemilik merek yang sah. Proses pendaftaran dan perpanjangan perlindungan merek melindungi hak kekayaan intelektual pemilik.

Dalam pendaftaran merek, barang atau jasa dikelompokkan ke dalam kelas berdasarkan fungsi dan tujuan. Sistem klasifikasi ini, dikenal sebagai *Nice Classification*, digunakan secara global untuk memastikan konsistensi dalam pendaftaran merek dengan membagi ke dalam 45 kelas.⁴⁰

⁴⁰ Subandini Nurtyas Utami, "*Tinjauan Penerapan Klasifikasi Barang dan Jasa Berdasarkan Nice Classification dalam Rangka Pendaftaran Merek di Indonesia*" (Tesis, Universitas Gadjah Mada, 2014), hlm. 14.

3. Kategori dalam *Nice Classification*

Berikut adalah beberapa kategori dalam *Nice Classification* yang mencakup berbagai jenis produk.⁴¹

Tabel 1. Kategori barang dalam *Nice Classification*.

Kelas 1	Bahan kimia untuk berbagai sektor industri, termasuk ilmu pengetahuan, fotografi, pertanian, perkebunan, dan kehutanan.
Kelas 2	Pewarna, bahan pelapis, bahan pencegah korosi, dan zat pelindung kayu dari kerusakan.
Kelas 3	Produk kebersihan, seperti deterjen, sabun, pemutih, parfum, dan kosmetik lainnya.
Kelas 4	Minyak dan lemak industri, bahan pelumas, bahan bakar, lilin, serta sumbu penerangan.
Kelas 5	Produk farmasi, makanan bayi, produk kesehatan hewan, serta alat medis untuk perawatan dan pengobatan.
Kelas 6	Produk berbahan logam, seperti pipa, bangunan berbasis logam, dan peralatan konstruksi.
Kelas 7	Mesin industri, motor, alat pertanian, dan komponen mesin lainnya, kecuali untuk kendaraan darat.
Kelas 8	Peralatan tangan, alat pemotong, pisau cukur, pedang, serta perlengkapan pertukangan manual.
Kelas 9	Peralatan elektronik dan teknologi, seperti komputer, alat fotografi,

⁴¹ Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, Sistem Klasifikasi Merek, <http://skm.dgip.go.id/index.php/skm/detailkelas/1> , diakses pada tanggal 7 Maret 2025, pukul 21.00 WIB.

	perangkat ilmiah, dan alat komunikasi.
Kelas 10	Peralatan medis, bedah, serta perangkat kesehatan lainnya, termasuk gigi palsu dan ortopedi.
Kelas 11	Peralatan rumah tangga terkait penerangan, pemanasan, pendinginan, serta sanitasi.
Kelas 12	Kendaraan dan peralatan transportasi, baik untuk darat, laut, maupun udara.
Kelas 13	Senjata api, amunisi, bahan peledak, serta kembang api.
Kelas 14	Logam mulia, perhiasan, batu permata, serta jam tangan dan alat ukur waktu.
Kelas 15	Alat-alat musik, termasuk komponennya.
Kelas 16	Produk berbahan kertas dan karton, alat tulis, bahan cetakan, dan buku.
Kelas 17	Produk berbahan karet dan plastik untuk industri, termasuk bahan penyekat dan pipa fleksibel.
Kelas 18	Produk berbahan kulit, seperti tas, koper, dompet, dan aksesoris lainnya.
Kelas 19	Material bangunan non-logam, pipa bangunan, serta aspal dan monumen non-logam.
Kelas 20	Perabot rumah tangga, bingkai cermin, serta produk berbahan kayu dan plastik.

Kelas 21	Alat rumah tangga, peralatan dapur, sikat, serta produk dari porselen dan kaca.
Kelas 22	Tali, jala, tenda, layar, kantong, serta bahan isian bantal dan matras.
Kelas 23	Benang untuk keperluan tekstil.
Kelas 24	Produk tekstil seperti sprei, taplak meja, dan bahan kain lainnya.
Kelas 25	Pakaian, alas kaki, dan aksesoris penutup kepala.
Kelas 26	Renda, sulaman, pita, kancing, jarum, dan aksesoris menjahit lainnya.
Kelas 27	Karpet, permadani, keset, dan hiasan dinding non-tekstil.
Kelas 28	Mainan, alat olahraga, dan dekorasi pohon Natal.
Kelas 29	Produk makanan berbahan daging, ikan, unggas, serta produk susu dan olahannya.
Kelas 30	Produk makanan berbasis gandum, gula, coklat, kopi, teh, serta bumbu dapur dan rempah-rempah.
Kelas 31	Produk pertanian, tanaman, hewan hidup, serta makanan hewan.
Kelas 32	Minuman non-alkohol seperti air mineral, jus, dan minuman bersoda.
Kelas 33	Minuman beralkohol selain bir.
Kelas 34	Produk tembakau, alat merokok, dan korek api.

Tabel 2. Kategori jasa dalam *Nice Classification*.

Kelas 35	Mencakup layanan yang berkaitan dengan dunia usaha, termasuk periklanan, manajemen bisnis, administrasi perusahaan, serta berbagai fungsi operasional kantor seperti pengelolaan dokumen, layanan sekretaris, dan konsultasi bisnis.
Kelas 36	Berfokus pada sektor keuangan dan properti, termasuk layanan asuransi untuk perlindungan aset atau jiwa, pengelolaan keuangan individu dan perusahaan, transaksi moneter, serta layanan terkait kepemilikan dan pengelolaan properti dan real estate.
Kelas 37	Meliputi layanan konstruksi dan perbaikan bangunan, baik pembangunan dari nol maupun renovasi, serta berbagai jasa pemasangan peralatan atau fasilitas, seperti instalasi listrik, pipa ledeng, dan perawatan bangunan.
Kelas 38	Mencakup semua bentuk layanan telekomunikasi, termasuk penyediaan jaringan komunikasi, layanan internet, penyiaran radio dan televisi, serta komunikasi data dan multimedia.
Kelas 39	Berkaitan dengan layanan transportasi dan logistik, seperti pengiriman barang, pengemasan produk untuk distribusi, penyimpanan sementara atau jangka panjang, serta layanan pergudangan.
Kelas 40	Mengacu pada layanan yang berhubungan dengan pemrosesan dan perawatan material atau bahan baku, termasuk daur ulang, pemurnian logam, pencetakan, pewarnaan tekstil, dan produksi khusus berdasarkan permintaan pelanggan.
Kelas 41	Mencakup berbagai layanan dalam bidang pendidikan dan pengembangan keterampilan, seperti pelatihan profesional, bimbingan belajar, serta hiburan dan kegiatan rekreasi seperti

	penyelenggaraan acara olahraga dan seni budaya.
Kelas 42	Berfokus pada layanan yang terkait dengan ilmu pengetahuan dan teknologi, termasuk penelitian ilmiah, pengembangan perangkat lunak dan perangkat keras komputer, serta layanan konsultasi teknologi untuk berbagai industri.
Kelas 43	Mencakup layanan yang berkaitan dengan penyediaan makanan dan minuman, seperti restoran, katering, dan layanan akomodasi sementara, termasuk hotel, losmen, dan penginapan lainnya.
Kelas 44	Melibatkan layanan di bidang kesehatan dan perawatan, termasuk layanan medis, konsultasi dokter, layanan kedokteran hewan, pertanian, hortikultura, dan kehutanan, serta perawatan tubuh bagi manusia maupun hewan.
Kelas 45	Berisi layanan hukum dan keamanan, seperti jasa pengacara, konsultasi hukum, layanan perlindungan keamanan bagi individu atau properti, serta layanan sosial dan perorangan yang membantu dalam pemenuhan kebutuhan individu, seperti layanan konsultasi pernikahan dan mediasi perselisihan.

Sistem klasifikasi ini memudahkan identifikasi dan perlindungan hukum terhadap suatu merek dengan memastikan bahwa setiap merek yang didaftarkan sesuai dengan kategori produk atau layanan yang relevan. Dengan menggunakan *Nice Classification*, pemohon pendaftaran merek dapat menentukan cakupan perlindungan yang tepat, sehingga mengurangi risiko sengketa atau tumpang tindih dengan merek lain yang telah terdaftar sebelumnya.

4. Pendaftaran Merek Internasional

Proses pendaftaran merek internasional serta indikasi geografis diatur dalam Pasal 52 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Ketentuan ini mengatur tata cara serta persyaratan yang

harus dipenuhi oleh pemohon dalam rangka memperoleh perlindungan merek di tingkat global.

Pendaftaran merek internasional dapat dilakukan melalui dua mekanisme utama, yaitu:

1. Pengajuan Permohonan dari Indonesia ke Biro Internasional
Pemohon yang berdomisili di Indonesia dapat mengajukan permohonan merek internasional melalui Menteri yang berwenang. Permohonan ini kemudian diteruskan ke Biro Internasional untuk diproses lebih lanjut sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam sistem pendaftaran internasional.
2. Permohonan yang dituju ke Indonesia sebagai salah satu negara tujuan dalam hal pemohon dari luar negeri ingin mendaftarkan mereknya di Indonesia, permohonan tersebut harus diajukan ke Biro Internasional, yang selanjutnya akan diteruskan kepada Menteri di Indonesia untuk diproses sesuai dengan regulasi yang berlaku. Indonesia dapat menjadi salah satu dari 36 negara tujuan yang dipilih oleh pemohon dalam sistem pendaftaran merek internasional.

Hanya individu atau badan hukum yang memenuhi persyaratan tertentu yang berhak mengajukan permohonan pendaftaran merek internasional dari Indonesia. Pemohon harus:

- a. Memiliki kewarganegaraan Indonesia atau
- b. Berdomisili di Indonesia atau
- c. Memiliki tempat kedudukan hukum dalam wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia serta
- d. Menjalankan kegiatan usaha yang bergerak di sektor industri atau komersial dalam negeri.

Ketentuan lebih lanjut mengenai tata cara dan prosedur pendaftaran merek internasional yang sesuai dengan sistem Protokol Madrid akan diatur dalam peraturan pemerintah. Protokol Madrid sendiri merupakan perjanjian internasional yang memberikan kemudahan bagi pemilik merek dalam memperoleh perlindungan hukum di berbagai negara yang menjadi anggota, dengan hanya melakukan satu kali pendaftaran melalui sistem sentralisasi di Biro Internasional

2.2.6 Penyelesaian Sengketa Merek

Penyelesaian sengketa merek dapat dilakukan melalui jalur litigasi di Pengadilan Niaga dengan gugatan penghapusan atau pembatalan pendaftaran merek.⁴² Gugatan penghapusan pendaftaran merek dapat diajukan apabila suatu merek yang telah terdaftar tidak digunakan sebagaimana mestinya dalam kurun waktu tertentu. Regulasi ini diterapkan guna menghindari praktik pendaftaran merek yang hanya bertujuan untuk menghambat pihak lain dalam menggunakan merek tersebut tanpa benar-benar menggunakannya dalam kegiatan usaha. Berdasarkan ketentuan yang berlaku, apabila pemilik merek tidak menggunakan mereknya secara aktif dalam kurun waktu tiga tahun berturut-turut sejak tanggal pendaftaran, maka pihak lain yang berkepentingan atau otoritas terkait berhak mengajukan permohonan penghapusan merek dari daftar resmi.⁴³

Gugatan pembatalan pendaftaran merek bertujuan untuk menghapus merek dari Daftar Umum Merek atau membatalkan hak atas merek. Gugatan pembatalan diajukan kepada Ketua Pengadilan Niaga yang memiliki yurisdiksi sesuai dengan domisili tergugat. Apabila tergugat berdomisili di luar negeri, maka gugatan harus diajukan melalui Ketua Pengadilan Niaga Jakarta Pusat sebagai lembaga yang memiliki kewenangan khusus dalam menangani perkara dengan pihak luar negeri. Setelah gugatan diajukan, panitera pengadilan akan mencatat gugatan tersebut pada hari yang sama dan memberikan tanda terima tertulis kepada penggugat sebagai bukti penerimaan gugatan.⁴⁴ Proses penyelesaian gugatan pembatalan harus selesai dalam 90 hari sejak pendaftaran. Batas waktu bisa diperpanjang 30 hari jika diperlukan. Putusan pengadilan harus berdasarkan hukum yang jelas dan dibacakan di sidang terbuka untuk transparansi. Keputusan dapat dieksekusi meski ada upaya hukum lanjutan, kecuali ada putusan lain.⁴⁵

⁴² Gatot Suparmono, *Menyelesaikan Sengketa Merek Menurut Hukum Indonesia* (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), hlm. 78.

⁴³ Adrian Sutedi, *Hak Atas Kekayaan Intelektual* (Jakarta: Sinar Grafika, 2009), hlm. 56.

⁴⁴ Iswi Hariyani, *Prosedur Mengurus Hak Kekayaan Intelektual yang Benar* (Yogyakarta: Pustaka Yustisia, 2010), hlm. 114.

⁴⁵ *Ibid.*

Pada Mahkamah Agung, upaya hukum terhadap putusan Pengadilan Niaga adalah kasasi. Permohonan diajukan dalam 14 hari setelah putusan diumumkan. Pemohon harus mendaftarkan ke panitera, yang kemudian mencatat tanggal pengajuan dan memberikan tanda terima.⁴⁶ Setelah permohonan kasasi diajukan, pemohon diwajibkan untuk menyerahkan memori kasasi kepada panitera dalam waktu 7 hari setelah permohonan tersebut didaftarkan. Memori kasasi ini berisi alasan-alasan yang mendasari permohonan kasasi dan merupakan bagian penting dari proses hukum ini. Panitera juga memiliki kewajiban untuk mengirimkan permohonan dan memori kasasi kepada pihak termohon dalam waktu paling lambat 2 hari setelah pendaftaran.⁴⁷

Mahkamah Agung kemudian wajib menyidangkan permohonan kasasi dalam jangka waktu maksimal 60 hari sejak diterimanya permohonan tersebut. Keputusan kasasi harus diumumkan dalam waktu 90 hari setelah diterima, lengkap dengan pertimbangan hukum yang jelas dan disampaikan dalam sidang terbuka untuk umum. Proses ini bertujuan untuk memberikan kepastian hukum dan keadilan bagi pihak-pihak yang terlibat.⁴⁸

Jika pemohon tidak puas dengan keputusan kasasi karena kesalahan hakim atau bukti baru, mereka bisa mengajukan peninjauan kembali. Ini adalah langkah hukum untuk mengevaluasi ulang putusan yang dianggap tidak adil. Prosedur permohonan kasasi meliputi beberapa tahap, mulai dari pengajuan permohonan secara tertulis dalam waktu 14 hari setelah putusan, hingga Mahkamah Agung yang menyidangkan permohonan dalam waktu maksimal 60 hari.

Jika pemohon tidak puas, mereka dapat mengajukan peninjauan kembali dengan alasan yang sah. Penyelesaian sengketa merek tidak selalu harus melalui pengadilan. Para pihak bisa menggunakan mekanisme arbitrase atau metode penyelesaian sengketa lainnya, berdasarkan Undang-Undang Merek. Arbitrase

⁴⁶ *Ibid.*, hlm. 116.

⁴⁷ Januari Siregar, "Pembatalan Merek di Pengadilan Niaga Medan (Studi Putusan No. 03/Merek/2008/PN. Niaga/Medan)," *Jurnal Hukum* 6, no. 2 (2013): 199.

⁴⁸ Muhammad Yahya Harahap, *Ruang Lingkup Peninjauan Kembali: Kekuasaan Mahkamah Agung Pemeriksaan Kasasi dan Peninjauan Kembali Perkara Perdata* (Jakarta: Sinar Grafika, 2009), hlm. 223.

adalah metode penyelesaian sengketa di luar pengadilan berdasarkan kesepakatan tulisan. Ada juga alternatif penyelesaian sengketa seperti negosiasi, mediasi, dan konsiliasi. Negosiasi adalah diskusi langsung antara pihak yang bersengketa, sedangkan mediasi melibatkan mediator untuk membantu kedua pihak mencapai solusi. Arbitrase memberikan keputusan yang final dan mengikat. Metode alternatif ini biasanya lebih cepat, lebih murah, lebih privat, dan memberi kontrol lebih kepada para pihak. Dengan demikian, penyelesaian sengketa merek secara non-litigasi adalah alternatif efektif untuk menyelesaikan konflik.

2.3 Konsep Asas Iktikad Baik

Asas iktikad baik dalam hukum berasal dari sistem hukum Romawi kuno dan dikenal sebagai *Bonafides*. Konsep ini penting dalam hukum perdata dan perlindungan hak kekayaan intelektual. Dalam hukum Indonesia, asas ini diatur dalam KUHPerdata dengan dua dimensi. Aspek Subjektif mengacu pada niat dan integritas dalam berbuat hukum, di mana seseorang harus bertindak jujur dan transparan. Dalam pendaftaran merek, prinsip ini mengatur bahwa seseorang tidak boleh mendaftarkan merek yang sudah ada.

Mahkamah Agung mengatur batasan iktikad baik melalui yurisprudensi, seperti Putusan No. 1272 K/Pdt/1984, yang menyatakan pendaftaran merek bisa dianggap tidak baik jika mirip dengan merek lain.⁴⁹ Asas iktikad baik dalam pendaftaran merek diatur dalam Pasal 21 Ayat (2) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi geografis. Permohonan pendaftaran dapat ditolak jika merek mengandung unsur tidak sah seperti nama tokoh terkenal tanpa izin, menyerupai simbol negara, atau menggunakan tanda resmi pemerintah tanpa persetujuan.⁵⁰

Asas iktikad baik merupakan upaya memberikan perlindungan kepada pemilik merek terdaftar atas tindakan penjiplakan merek oleh pihak lain. Asas iktikad baik

⁴⁹ Putri Ayu Priamsari, “Penerapan Iktikad Baik Sebagai Alasan Pembatalan Merek Menurut Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek” (Tesis, Universitas Diponegoro, 2010), hlm. 171.

⁵⁰ Gatot Supramono, *Pendaftaran Merek Berdasarkan Undang-Undang Merek* (Jakarta: Djambatan, 2011), hlm. 27.

terdapat dua yaitu iktikad baik subjektif dan iktikad baik objektif.

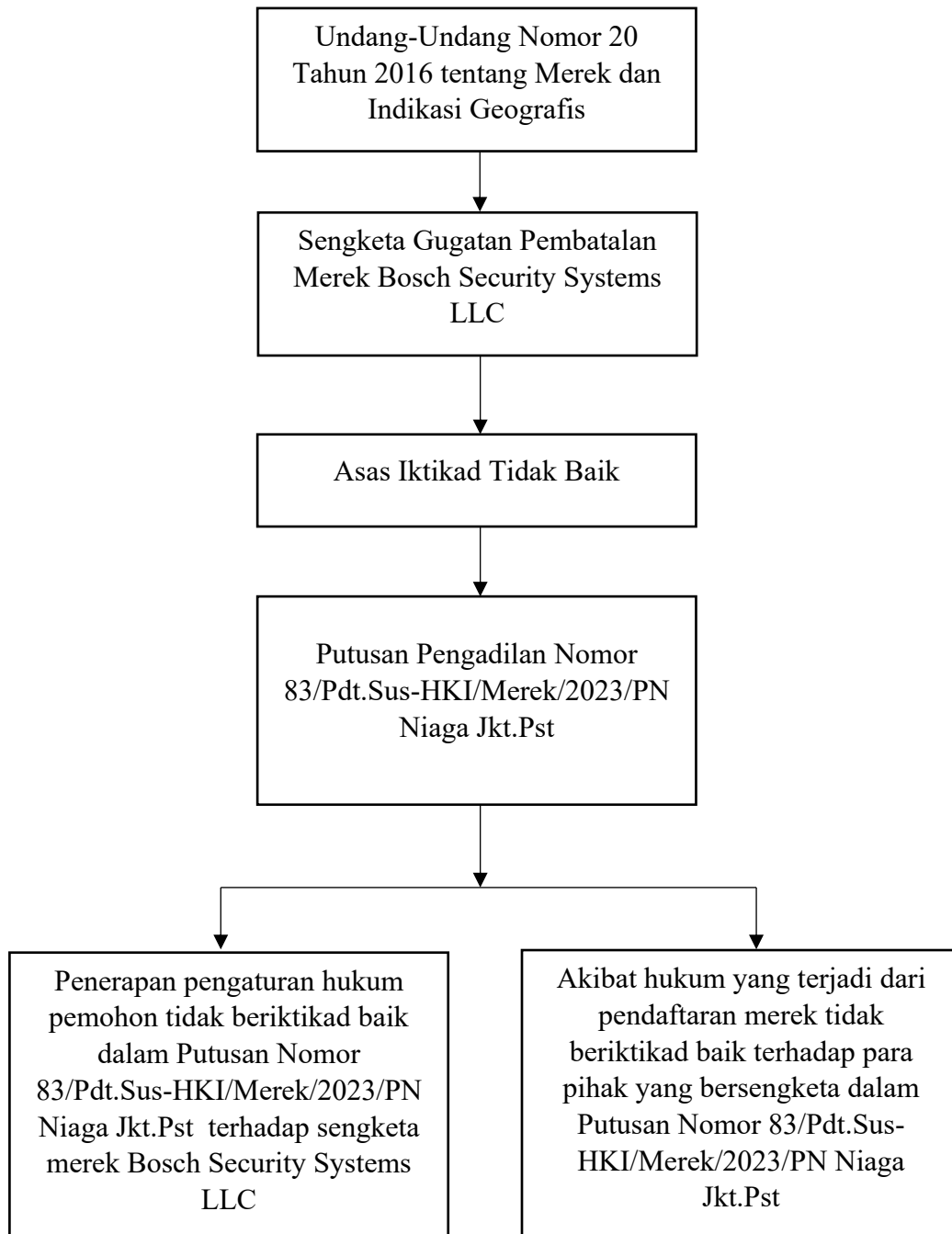
Hukum positif Indonesia mengatur secara umum terkait iktikad baik dan pelanggaran tertentu dalam ruang lingkup merek. Namun belum menyebutkan dan mengatur lebih detail mengenai asas iktikad tidak baik dalam permohonan pendaftaran merek dagang.⁵¹

Sering muncul masalah ketika suatu pihak menggunakan merek dalam bisnisnya tanpa pendaftaran resmi. Jika pihak lain mendaftarkan lebih dulu, pihak pertama harus membuktikan penggunaan merek secara terus-menerus. Jika terbukti, pendaftaran pihak lain bisa dibatalkan secara hukum.⁵² Asas iktikad baik dalam pendaftaran merek penting untuk keadilan dan mencegah penyalahgunaan hak. Pemilik merek disarankan untuk segera mendaftarkan untuk melindungi haknya dan menghindari konflik hukum.

⁵¹ Akram Komaldi, Ranti Fauza Mayana, dan Rika Ratna Permata, "Asas Itikad Baik dalam Upaya Pelindungan Merek Atas Tindak Perundungan Merek Dagang Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis," *Media Hukum Indonesia* 2, no. 4 (2024): 47–52.

⁵² Budi Santoso, *Pengantar Hak Kekayaan Intelektual* (Semarang: Pustaka Magister, 2009), hlm. 73.

2.4 Kerangka Pikir



Gambar 1. Kerangka Pikir

Keterangan:

Dalam sistem perlindungan hukum merek di Indonesia, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 mengadopsi prinsip *first to file*, yang memberikan hak eksklusif kepada pihak yang pertama kali mendaftarkan merek. Pendaftaran harus dilakukan dengan iktikad baik, yang berarti tidak boleh meniru atau mengambil keuntungan dari merek yang telah dikenal. Sengketa sering terjadi jika seseorang mendaftarkan merek yang mirip dengan merek yang sudah ada. Pemilik merek yang sah bisa menggugat pembatalan pendaftaran jika ada iktikad tidak baik.

Kasus yang dibahas adalah Studi Putusan Nomor 83/Pdt. Sus-HKI/Merek/2023/PN Niaga Jkt.Pst, antara pemilik merek “EV dan Logo” dan “ELECTRO-VOICE” dengan pihak yang mendaftarkan “EVELECTROVOICE + Logo”. Penggugat, Bosch Security Systems LLC, telah menggunakan merek itu selama bertahun-tahun. Majelis hakim menilai pendaftaran tergugat dilakukan dengan iktikad tidak baik karena kemiripan dengan merek yang terdaftar.

Pendaftaran yang tidak beriktikad baik bisa dibatalkan secara hukum, dan pemohon dapat dikenakan sanksi termasuk ganti rugi. Penelitian ini bertujuan menganalisis penerapan prinsip iktikad tidak baik dalam sengketa merek di Indonesia.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian hukum adalah kegiatan ilmiah yang dilakukan secara sistematis dengan mengungkapkan kembali konsep hukum, fakta hukum dan sistem hukum dengan menggunakan metode dan pendekatan tertentu guna menganalisis serta memahami satu atau lebih fenomena hukum.⁵³ Dalam menyelesaikan suatu permasalahan, diperlukan pendekatan yang sesuai, diikuti dengan pemilihan metode yang tepat. Dalam hal ini, proses penelitian mencakup tahapan pencarian, pengumpulan, evaluasi, serta pengolahan data yang relevan.

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah penelitian hukum normatif. Metode ini berfokus pada analisis terhadap peraturan perundang-undangan, putusan pengadilan, serta norma hukum yang berlaku dalam masyarakat. Penelitian hukum normatif bertujuan untuk menggali dan memahami kaidah-kaidah hukum yang tertulis dan diterapkan dalam sistem hukum.⁵⁴ Objek utama penelitian ini adalah norma atau kaidah hukum yang terkandung dalam Putusan Nomor 83/Pdt. Sus-HKI/Merek/2023/PN Niaga Jkt.Pst.

Penelitian ini menelaah isi putusan secara mendalam dan mengkaji sumber pustaka serta regulasi terkait untuk memahami penerapan pengaturan hukum pemohon tidak beriktikad baik dalam sengketa merek Bosch Security Systems LLC di Indonesia. Selain itu, penelitian ini mengkaji akibat hukum yang terjadi dari pendaftaran merek tidak beriktikad baik terhadap para pihak bersengketa. Penelitian hukum normatif memberikan wawasan tentang fungsi norma hukum di masyarakat.

⁵³ Abdulkadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2004), hlm. 37.

⁵⁴ *Ibid.*, hlm. 102.

3.2 Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang diterapkan dalam studi ini adalah penelitian deskriptif, yang bertujuan untuk memberikan gambaran sistematis dan akurat mengenai fenomena hukum tertentu.⁵⁵ Fokus utama penelitian ini adalah mengkaji penerapan asas iktikad tidak baik terhadap sengketa merek yang melibatkan Bosch Security Systems LLC di Indonesia. Penelitian ini merujuk pada Studi Putusan Nomor 83/Pdt.Sus-HKI/Merek/2023/PN Niaga Jkt.Pst. Selain menganalisis penerapan prinsip iktikad tidak baik, penelitian ini juga mengkaji akibat hukum yang terjadi dari pendaftaran merek tidak beriktikad baik terhadap para pihak bersengketa. Hasil penelitian diharapkan memberi pemahaman lebih mengenai penerapan asas iktikad baik dalam pendaftaran merek di Indonesia.

3.3 Pendekatan Masalah

Penelitian ini menggunakan pendekatan normatif dengan studi kasus yudisial, fokus pada analisis kasus hukum yang diselesaikan di pengadilan. Pendekatan yang digunakan meliputi:

1. Pendekatan Perundang-undangan merupakan kegiatan analisis semua peraturan yang relevan dengan isu hukum yang diteliti. Pendekatan ini melihat hukum sebagai sistem tertutup yang memiliki tiga sifat, yakni pertama, norma-norma hukum saling terkait secara logis, kedua, kumpulan norma cukup untuk menangani permasalahan hukum, ketiga, norma-norma tersebut tersusun secara sistematis.⁵⁶
2. Pendekatan kasus merupakan metode analisis kasus-kasus yang sudah menjadi keputusan pengadilan yang memiliki kekuatan hukum tetap, baik dari Indonesia maupun luar negeri. Fokus utama adalah memahami *ratio decidendi*, yaitu alasan hukum yang digunakan hakim untuk mencapai keputusan, yang menjadi referensi dalam menyusun argumentasi hukum. Dibutuhkan untuk membedakan antara pendekatan kasus, yang melihat beberapa kasus untuk isu hukum, dan studi kasus, yang mendalami satu kasus dari berbagai aspek.⁵⁷

⁵⁵ *Ibid.*, hlm. 204.

⁵⁶ Wiwik Sri Widiarty, *Buku Ajar Metode Penelitian Hukum* (Yogyakarta: Publika Global Media, 2024), hlm. 119.

⁵⁷ Nur Solikin, *Pengantar Metodologi Penelitian Hukum* (Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media, 2021), hlm. 59.

Pendekatan Kasus, menganalisis kasus serupa untuk memahami pertimbangan hakim dan mengevaluasi konsekuensi hukum dari putusan.

3.4 Data dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang mencakup peraturan, putusan pengadilan, literatur hukum, dan dokumen lainnya untuk analisis hukum.⁵⁸ Data sekunder memiliki peran penting dalam melengkapi serta memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer yang menjadi dasar dalam penelitian ini. Sumber bahan hukum sekunder meliputi berbagai kepustakaan, seperti buku hukum yang membahas prinsip-prinsip merek dan indikasi geografis, materi akademik dari perkuliahan hukum, jurnal ilmiah yang membahas kasus-kasus serupa, serta publikasi lain yang relevan dengan objek penelitian. Dalam penelitian ini, data yang digunakan dikategorikan ke dalam dua jenis utama, yaitu:

1. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer merupakan sumber hukum yang bersifat otoritatif dan memiliki kekuatan mengikat secara hukum, sehingga menjadi rujukan utama dalam penelitian ini. Adapun peraturan perundang-undangan yang dijadikan acuan meliputi:

- a. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.
- b. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1994 tentang Pengesahan Persetujuan Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia (WTO).
- c. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 2018 tentang Pendaftaran Merek Internasional Berdasarkan Protokol Madrid.
- d. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 90 Tahun 2019 tentang Tata Cara Permohonan, Pemeriksaan, dan Penyelesaian Banding Pada Komisi Banding Merek.
- e. Putusan Pengadilan Negeri Jakarta Pusat Nomor 83/Pdt-Sus/Merek/2023/PN Niaga Jkt Pst.
- f. Putusan Mahkamah Agung RI Nomor 297 PK/Pdt/1991.
- g. Putusan Mahkamah Agung RI Nomor 602 K/Pdt.Sus/2015.

⁵⁸ *Ibid.*, hlm. 151.

- h. Putusan Mahkamah Agung RI Nomor 264 K/Pdt.Sus-HKI/2015.
- i. Putusan Mahkamah Agung RI Nomor 223/Pdt.Sus-HKI/2011.

2. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder merupakan sumber yang memberikan analisis dan penjelasan terhadap bahan hukum primer. Dalam penelitian ini, bahan hukum sekunder terdiri dari literatur hukum, buku referensi, jurnal ilmiah, materi perkuliahan, serta pendapat para ahli yang berkaitan dengan isu yang dikaji.

3. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier berfungsi sebagai sumber informasi tambahan yang membantu memahami bahan hukum primer dan sekunder. Bahan ini mencakup Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) serta kamus hukum yang memberikan definisi dan penjelasan mengenai istilah-istilah hukum yang digunakan dalam penelitian.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah pengkajian informasi hukum tertulis dari berbagai sumber untuk penelitian hukum normatif.⁵⁹ Sumber-sumber tersebut meliputi undang-undang dari pembuat undang-undang, putusan hakim dari pengadilan, kontrak dari pihak berkepentingan, buku ilmu hukum dari penulis hukum, laporan penelitian dari peneliti hukum, dan tinjauan hukum dari pengamat hukum⁶⁰. Kegiatan ini menelusuri dan menganalisis informasi hukum dari sumber yang dipublikasikan.

2. Studi Dokumen

Studi dokumen adalah pengkajian informasi hukum yang tidak dipublikasikan untuk pihak tertentu.⁶¹ Sumbernya meliputi peraturan perundang-undangan, pengadilan, pihak berkepentingan, ahli hukum, dan peneliti hukum.⁶²

⁵⁹ Abdulkadir Muhammad, *Op.Cit.*, hlm. 84.

⁶⁰ Wiwik Sri Widiarty, *Op.Cit.*, hlm. 129.

⁶¹ Abdulkadir Muhammad, *Loc.Cit.*

⁶² Wiwik Sri Widiarty, *Op.Cit.*, hlm. 130.

Melakukan analisis mendalam terhadap sumber hukum tertulis yang dapat diakses oleh kalangan tertentu. Tujuannya untuk mengumpulkan dan mengevaluasi informasi hukum.

Penelitian ini menerapkan studi dokumen dengan telaah terhadap Putusan Nomor 83/Pdt.Sus-HKI/Merek/2023/PN Niaga Jkt.Pst untuk memahami penerapan hukum dalam sengketa merek dan implikasinya.

3.6 Metode Pengolahan Data

Data yang telah dikumpulkan dalam penelitian ini akan diolah melalui beberapa tahapan berikut:

1. Verifikasi Data

Verifikasi data bertujuan untuk menilai keakuratan, relevansi, serta kelayakan data.

2. Kategorisasi Data

Kategorisasi data dilakukan dengan mengelompokkan data sesuai klasifikasi yang ditentukan.

3. Penyusunan Data Secara Sistematis

Mengorganisasi data berdasarkan struktur yang ditetapkan untuk memudahkan analisis dan penyusunan hasil penelitian.

3.7 Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan dengan teknik kualitatif. Penelitian ini bertujuan memberikan gambaran sistematis mengenai aspek hukum yang diteliti. Data yang dikumpulkan akan diolah secara sistematis untuk menghasilkan analisis komprehensif.⁶³ Melalui metode ini, penelitian akan mengkaji penerapan pengaturan hukum pemohon tidak beriktikad dan akan menguji keselarasan putusan dengan prinsip iktikad baik dalam hukum merek dan menganalisis akibat hukum yang terjadi dari pendaftaran merek tidak beriktikad baik terhadap para pihak yang bersengketa dalam pendaftaran merek.

⁶³ *Ibid.*, hlm. 132.

V. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka penulis memberikan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Penerapan pengaturan hukum pemohon tidak beriktikad baik dalam pendaftaran merek di Indonesia telah diatur oleh Pasal 21 ayat (3) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Dalam sengketa merek Bosch Security Systems LLC (Penggugat) melawan Melinda Olivia (Tergugat). Dalam hal ini Hakim mempertimbangkan prinsip *first to file* dapat dikesampingkan apabila ditemukan bukti-bukti saat proses pendaftaran merek tidak beriktikad baik. Berdasarkan hal ini sejalan dengan Pasal 6 bis Konvensi Paris dan Pasal 16 TRIPs *Agreement* bahwa negara anggota WTO berkewajiban memberikan perlindungan hukum terhadap merek terkenal meskipun merek tidak terdaftar di negara tersebut. Putusan Bosch memperkuat tren yurisprudensi Indonesia yang semakin menekankan asas iktikad baik dalam melindungi merek asing terkenal sekaligus menutup celah bagi pihak yang mencoba menyalahgunakan sistem *first to file*. Dalam hal ini Indonesia tidak hanya menegakkan ketentuan hukum nasional melainkan menunjukkan konsistensi dengan prinsip-prinsip hukum internasional. Hal ini penting dalam membangun reputasi Indonesia sebagai negara yang mendukung perlindungan Hak Kekayaan Intelektual. Dengan demikian, pemerintah dan DJKI diharapkan dapat melakukan proses pemeriksaan merek dengan mengedepankan asas iktikad baik.
2. Akibat hukum yang terjadi dari pendaftaran merek tidak beriktikad baik terhadap para pihak yang bersengketa dalam Putusan Nomor 83/Pdt.Sus-HKI/Merek/2023/PN Niaga Jkt.Pst yaitu majelis hakim menafsirkan asas iktikad tidak baik secara progresif dengan memberikan

perlindungan terhadap merek terkenal asing meskipun belum terdaftar di Indonesia dan memerintahkan pembatalan pendaftaran merek sesuai ketentuan Pasal 21 ayat (3) dan Pasal 76 UU Merek, yang bertujuan menjaga persaingan usaha yang sehat dan melindungi konsumen serta pemilik merek yang sah. Putusan ini selaras dengan prinsip *famous mark protection* dalam Konvensi Paris. Putusan Bosch dapat dipandang sebagai preseden penting yang menguatkan perlindungan terhadap merek asing terkenal di Indonesia. Oleh karena itu, perlu dibutuhkannya penguatan regulasi mengenai asas iktikad baik serta peran pemerintah dan DJKI dalam melakukan pemeriksaan pendaftaran merek secara substantif dan antisipatif dalam hal pengertian merek terkenal dan iktikad tidak baik. Dengan demikian standar perlindungan merek di Indonesia mampu sejajar dengan standar perlindungan merek internasional dan menciptakan kepastian hukum bagi pelaku usaha baik dalam negeri maupun luar negeri.

5.2 Saran

1. Kepada Penegak Hukum dan Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual perlu lebih selektif terhadap prosedur pemeriksaan substantif dan administratif pendaftaran merek sehingga meminimalkan sengketa merek di kemudian hari dengan melakukan penguatan regulasi asas iktikad baik dalam pendaftaran merek untuk mencegah asas iktikad tidak baik dalam penyalahgunaan sistem *first to file* yang berlaku di Indonesia demi menciptakan persaingan usaha yang sehat.
2. Kepada pelaku usaha dan masyarakat perlu lebih mengutamakan kreativitas, inovatif serta orisinalitas dalam menciptakan suatu merek sebagai bentuk tanggung jawab terhadap etika bisnis dan lebih memahami pentingnya kesadaran hukum terhadap prinsip iktikad baik dalam pendaftaran merek agar tidak ada lagi pendaftaran yang bertujuan mengambil keuntungan dari popularitas merek terkenal guna menciptakan kepastian hukum di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

A. BUKU

- Firmansyah, Heri. (2019). *Perlindungan Hukum Terhadap Merek: Panduan Memahami Dasar Hukum Penggunaan Dan Pendaftaran Merek*. Yogyakarta: Medpress
- Gautama, Sudargo. (1995). *Hukum Merek Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Hadiarinanti, Venantia. Sri. (2009). *Hak Kekayaan Intelektual: Merek & merek terkenal*. Jakarta: Unika Atma Jaya.
- Harahap, Muhammad. Yahya. (2009). *Ruang Lingkup Peninjauan Kembali: Kekuasaan Mahkamah Agung Pemeriksaan Kasasi dan Peninjauan Kembali Perkara Perdata*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Hariyani, Iswi. (2010). *Prosedur Mengurus Hak Kekayaan Intelektual Yang Benar*. Yogyakarta: Pustaka Yustisia.
- Hasyim, Farida. (2011). *Hukum Dagang*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Hawin, Muhammad., & Riswandi, Budi. Agus. (2017). *Isu-Isu Penting Hak Kekayaan Intelektual*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Hidayah, Khoirul. (2017). *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. Jakarta: Setara Press.
- Jened, Rahmi. (2015). *Hukum Merek: Trademark Law*. Jakarta: Kencana.
- Kurnia, Titon. Slamet. (2011). *Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal Di Indonesia Pasca Perjanjian TRIPs*. Bandung: Alumni.
- Maulana, Insan. Budi. (2016). *Perlindungan Hukum Atas Merek Terkenal Di Indonesia*. Bandung: Alumni.
- Muhammad, Abdulkadir. (2004). *Hukum Dan Penelitian Hukum*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- , (2017). *Kajian Hukum Ekonomi Kekayaan Intelektual*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

- Purnawan, Amin., & Abdillah, Siti. Ummu. (2020). *Hukum Dagang Dan Aspek Legalitas Usaha*. Bogor: Lindan Lestari.
- Radbruch, Gustav. (2006). *Legal Philosophy*. Oxford: Oxford University Press.
- Rahardjo, Satjipto. (2000). *Ilmu Hukum*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Rizkia, Nanda. Dwi. (2022). *Hak Kekayaan Intelektual: Suatu pengantar*. Bandung: Widina Media Utama.
- Santoso, Budi. (2009). *Pengantar Hak Kekayaan Intelektual*. Semarang: Pustaka Magister.
- Soenandar, Taryana. (2010). *Perlindungan HAKI Di Negara-Negara ASEAN*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Subekti. (2001). *Pokok-Pokok Hukum Perdata*. Jakarta: Intermasa.
- Suparmono, Gatot. (2009). *Menyelesaikan Sengketa Merek Menurut Hukum Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sutedi, Adrian. (2009). *Hak Atas Kekayaan Intelektual*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Sutjipto, Purwo. (2015). *Pengertian Pokok-Pokok Hukum Dagang Indonesia*. Jakarta: Djambatan.
- Syafrinaldi, Fahmi., & Almaktsur, Abdi. (2008). *Hak Kekayaan Intelektual*. Pekanbaru: Suska Press.
- Solikin, Nur. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian Hukum*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Utomo, Tomi. Suryo. (2010). *Hak kekayaan intelektual (HKI) di era global*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Utrecht. (1960). *Pengantar Dalam Hukum Indonesia*. Jakarta: Ichtiar Baru.
- Widiarty, Wiwik. Sri. (2024). *Buku Ajar Metode Penelitian Hukum*. Yogyakarta: Publika Global Media.

B. JURNAL

- Fasyehhudin, Mohamad., Prasetya, Belardo., & Naddifah, Wardatun. (2022). Kebijakan Pemerintah Tentang Merek Dalam Memberikan Perlindungan Hukum Terhadap UMKM. *Jurnal Ilmiah Advokasi*, 10(2).
- Komaldi, Akram., Mayana, Ranti, Fauza., & Permata, Rika, Ratna., (2024). Asas Itikad Baik Dalam Upaya Perlindungan Merek Atas Tindak Perundungan Merek Dagang Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. *Media Hukum Indonesia*, 2(4).

- Lesmana Clara, Sylvia., Rusmawati, Dianne, Eka., & Ariani, Nenny, Dwi. (2025). Perlindungan Hukum Merek Di Indonesia Secara Preventif Dan Penegakan Represif Berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis. *Causa: Jurnal Hukum dan Kewarganegaraan*, 14(2).
- Lumopa, Farly., Suherman, & Haryanto, Iman. (2018). Itikad Baik Dalam Pendaftaran Merek Terkenal Di Indonesia. *Jurnal Yuridis*, 5(2).
- Siregar, Januari. (2013). Pembatalan Merek Di Pengadilan Niaga Medan (Studi Putusan No. 03/Merek/2008/PN. Niaga/Medan). *Jurnal Hukum*, 6(2).
- Sufiarina. (2014). Hak Prioritas Dan Hak Eksklusif Dalam Perlindungan HKI. *Jurnal Hukum*, 3(2).
- Usman, Rachmadi. (2022). Hak Cipta Sebagai Objek Jaminan Fidusia, *Wasaka Hukum* 10(2).

C. PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN

- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.
- Undang-Undang No. 7 Tahun 1994 tentang Pengesahan Agreement Establishing The World Trade Organization (WTO).
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 2018 tentang Pendaftaran Merek Internasional Berdasarkan Protokol Madrid.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 90 Tahun 2019 tentang Tata Cara Permohonan, Pemeriksaan, dan Penyelesaian Banding Pada Komisi Banding Merek.
- Putusan Nomor 83/Pdt.Sus-HKI/Merek/2023/PN Niaga Jkt.Pst. (Bosch Security Systems LLC).
- Putusan Mahkamah Agung RI Nomor 297 PK/Pdt/1991 (Pierre Cardin).
- Putusan Mahkamah Agung RI Nomor 602 K/Pdt.Sus/2015 (Gucci).
- Putusan Mahkamah Agung RI Nomor 264 K/Pdt.Sus-HKI/2015 (IKEA).
- Putusan Mahkamah Agung Nomor 223 K/Pdt.Sus-HKI/2011 (IKEA).

D. SUMBER LAINNYA

- Cnn Indonesia, Dari 64 Juta UMKM RI, Baru 11 Persen Terdaftar di Ditjen KI Kumham, <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230904013550-92-994264/dari-64-juta-umkm-ri-baru-11-persen-terdaftar-di-ditjen-ki-kumham>, diakses pada tanggal 15 Februari 2025
- Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, *Sistem Klasifikasi Merek*, <http://skm.dgip.go.id/index.php/skm/detailkelas/1> , diakses pada tanggal 7 Maret 2025, pukul 21.00 WIB.
- Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM. (2025). *Laporan tahunan Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual 2024*. Jakarta: Kementerian Hukum dan HAM.
- Fitria Nova Hernia, *Permohonan KI Indonesia Masuk 10 Besar Negara Berkembang Anggota WIPO*, <https://www.hukumonline.com/berita/a/permohonan-ki-indonesia-masuk-10-besar-negara-berkembang-anggota-wipo-lt63b7da596c0bc/>, diakses pada tanggal 15 Februari 2025
- Mustafida, Latifa. (n.d.). *Pengertian HAKI Dan Macam-Macam Bentuknya*. Diakses dari <https://legal2us.com/1986-2/>
- Priamsari, Putri. Ayu. (2010). *Penerapan Iktikad Baik Sebagai Alasan Pembatalan Merek Menurut Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek* (Tesis, Universitas Diponegoro).
- Ramos Adi Perisai, Kegagalan Institusional atas Pelindungan Merek, <https://rechtsvinding.bphn.go.id/media.php?page=artikel&berita=637#:~:text=Merujuk%20pada%20situs%20daring%20direktori,tetap%20maupun%20yang%20tengah%20diproses>, diakses pada 15 Februari 2025
- Utami, Subandini. Nurtyas. (2014). *Tinjauan Penerapan Klasifikasi Barang Dan Jasa Berdasarkan Nice Classification Dalam Rangka Pendaftaran Merek Di Indonesia* (Tesis, Universitas Gadjah Mada).