

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP SUATU MEREK TERDAFTAR DI INDONESIA

Rachel Wahyunita Theodor Manurung¹, Wilma Silalahi²

¹Universitas Tarumanagara

*Email: rachel.205210271@stu.untar.ac.id

Abstract

Trademarks, as intellectual works, must be respected and protected to safeguard the interests of individuals and groups. The concept of Intellectual Property Rights (IPR) is outlined as the result of human work that has economic value, and strong legal protection is required to encourage innovation and prevent rights violations. This research employs normative legal methods with secondary data sources, including statutory regulations, books, and scientific articles. The analysis is conducted through statutory approaches and content analysis methods. Law Number 20 of 2016 concerning Trademarks and Geographical Indications is identified as the legal foundation governing trademark rights, which are obtained through the "first to file" registration system. Legal protection encompasses rights recognition, preventive and repressive measures, access to legal assistance, and government accountability. This study highlights challenges in trademark registration and the importance of awareness regarding legal protection to prevent violations, as well as supporting national economic development. The research emphasizes that effective trademark protection serves as a crucial step in safeguarding trademark owners' interests and market integrity. Through comprehensive legal framework analysis, this study demonstrates how proper trademark protection mechanisms contribute to fostering innovation, maintaining fair competition, and strengthening the overall intellectual property regime. Furthermore, the implementation of the "first to file" system under Law Number 20 of 2016 provides certainty and clarity in trademark ownership determination, while establishing clear procedures for registration, enforcement, and dispute resolution. The legal protection framework not only addresses the immediate concerns of trademark holders but also contributes to the broader objectives of economic development and market stability. Therefore, effective trademark protection becomes a pivotal element in maintaining trademark owners' interests and preserving market integrity, ultimately supporting sustainable economic growth and innovation within the national framework.

Keywords: legal Protection, Trademark, First To File

Abstrak

Merek dagang, sebagai karya intelektual, harus dihormati dan dilindungi untuk melindungi kepentingan individu dan kelompok. Konsep Hak Kekayaan Intelektual (HKI) diuraikan sebagai hasil karya manusia yang memiliki nilai ekonomi, dan perlindungan hukum yang kuat diperlukan untuk mendorong inovasi dan mencegah pelanggaran hak. Penelitian ini menggunakan metode hukum normatif dengan sumber data sekunder, termasuk peraturan perundang-undangan, buku, dan artikel ilmiah. Analisis dilakukan melalui pendekatan perundang-undangan dan metode analisis isi. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis diidentifikasi sebagai landasan hukum yang mengatur hak merek, yang diperoleh melalui sistem pendaftaran "first to file" (pendaftar pertama). Perlindungan hukum mencakup pengakuan hak, tindakan preventif dan represif, akses bantuan hukum, dan akuntabilitas pemerintah. Penelitian ini menyoroti tantangan dalam pendaftaran merek dan pentingnya kesadaran mengenai perlindungan hukum untuk mencegah pelanggaran, serta mendukung pembangunan ekonomi nasional. Penelitian ini menekankan bahwa perlindungan merek yang efektif merupakan langkah penting dalam melindungi kepentingan pemilik merek dan integritas pasar. Melalui analisis kerangka hukum yang komprehensif, penelitian ini

mendemonstrasikan bagaimana mekanisme perlindungan merek yang tepat berkontribusi dalam mendorong inovasi, mempertahankan persaingan yang adil, dan memperkuat rejim kekayaan intelektual secara keseluruhan. Lebih lanjut, implementasi sistem "first to file" berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 memberikan kepastian dan kejelasan dalam penentuan kepemilikan merek, sekaligus menetapkan prosedur yang jelas untuk pendaftaran, penegakan, dan penyelesaian sengketa. Kerangka perlindungan hukum tidak hanya menangani kekhawatiran langsung pemegang merek tetapi juga berkontribusi pada tujuan yang lebih luas dari pembangunan ekonomi dan stabilitas pasar. Oleh karena itu, perlindungan merek yang efektif menjadi elemen penting dalam mempertahankan kepentingan pemilik merek dan menjaga integritas pasar, yang pada akhirnya mendukung pertumbuhan ekonomi berkelanjutan dan inovasi dalam kerangka nasional.

Kata kunci: perlindungan Hukum, Merek, First To File

PENDAHULUAN

Sebagai sebuah hak yang sah, merek memerlukan perlindungan hukum yang setara dengan aset-aset lainnya (Fauza, 2021). Kepemilikan atas merek mendapat jaminan hukum untuk menjamin keamanan hak tersebut (Kurnia, 2011). Perlindungan terhadap kepemilikan merek menjadi hal yang esensial berdasarkan prinsip hak, dimana hak merupakan kepentingan yang mendapat perlindungan hukum, sementara kepentingan tersebut adalah tuntutan dari perorangan atau organisasi yang diharapkan dapat dipenuhi (Marzuki, 2021).

Merek pada dasarnya adalah suatu hasil karya intelektual yang memerlukan perlindungan sebagai sebuah hak (Patricia & Silalahi, 2024). Properti intelektual didefinisikan sebagai suatu hak yang bersifat personal, sehingga memunculkan konsep untuk memberikan perlindungan kepadanya. Seluruh hasil kreativitas individu patut dihargai dan diberi pengakuan hak, dengan landasan hak kepemilikan bersama sebagai hak fundamental (Talahatu et al., 2023).

Kekayaan Intelektual atau Intellectual Property (IP) merupakan terminologi yang menggambarkan berbagai macam aset tak kasat mata yang beragam (Silalahi, 2020). Tanpa pemahaman yang memadai mengenai berbagai bentuk proteksi IP, akan mudah terjadi kebingungan di antaranya. Selain itu, dokumen paten seringkali disusun dengan bahasa yang kompleks, dilengkapi dengan konten ilmiah yang rumit dan terminologi khusus yang memiliki pengertian hukum spesifik. Seorang peneliti yang memiliki jiwa kewirausahaan dapat melakukan kekeliruan yang merugikan saat berusaha memperoleh proteksi paten yang berharga. Kekeliruan tersebut tidak hanya berakibat pada kehilangan hak properti intelektual, tetapi juga hilangnya peluang investor dan rekan bisnis potensial (Paranjpe et al., 2017).

Konsep Kekayaan Intelektual merujuk pada pengetahuan yang timbul dari kapasitas berpikir manusia dan memiliki potensi keuntungan finansial (Abduh & Fajarruddin, 2021). Hal ini mencerminkan buah karya kreativitas yang melahirkan

inovasi atau sistem yang berkontribusi pada peningkatan taraf hidup manusia. Konsep fundamental dari HKI adalah kemampuan untuk mengukur dampak ekonomi dari suatu upaya intelektual (Kur & Maunsbach, 2019). Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, kini tersedia proteksi hukum untuk melindungi hak kekayaan intelektual melalui implementasi hukum nasional. Tujuannya adalah untuk memperkuat dan memulihkan kepercayaan diri agar dapat terus berlatih dan berkarya. Individu yang cerdas dapat secara terbuka mengakui atau menyembunyikan kekayaan intelektualnya. Keuntungan eksklusif yang ditawarkan sebuah negara kepada pihak-pihak yang terlibat dalam HKI (seperti penemu, kreator, perancang, dan lainnya) tidak hanya terbatas pada aspek finansial (Makkawaru, 2020).

Karakteristik HKI yang bersifat immaterial memiliki relevansi khusus karena hukum perdata internasional difokuskan pada yurisdiksi dan pemilihan hukum, serta upaya untuk menemukan pengadilan dan sistem hukum yang berkaitan erat dengan potensi sengketa (Manusia et al., 2020). Secara konvensional, upaya tersebut dicapai dengan menggunakan faktor penghubung yang bersifat fisik. Sengketa mengenai objek fisik umumnya dapat diselesaikan melalui pengadilan di lokasi objek tersebut berada, berdasarkan hukum yang berlaku di negara tersebut. Berkaitan dengan HKI yang tidak bersifat material, faktor-faktor penghubung fisik tersebut mungkin tidak memadai, sehingga memerlukan evaluasi yang lebih kompleks (Prihatin et al., 2024). Agar evaluasi semacam itu dapat berjalan efektif, perlu mempertimbangkan justifikasi yang berlaku atas eksistensi HKI. Terdapat konsensus umum bahwa mendorong aktivitas kreatif dan inovatif merupakan kepentingan bersama.

Secara garis besar, HKI terdiri dari hak cipta, paten, dan merek. Secara bertahap, bidang HKI terus berkembang, baik melalui pengembangan hak yang telah ada maupun melalui hak-hak baru yang tidak berkaitan dengan bidang sebelumnya. Setiap negara mengimplementasikan bidang HKI sesuai dengan kebutuhan dan kondisi yang berlaku di negara tersebut (Saidin, 2019). Kemajuan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni serta industri dan perdagangan turut mempengaruhi perluasan ruang lingkup HKI.

Perlindungan terhadap kekayaan intelektual dapat diwujudkan melalui berbagai instrumen hukum, antara lain perlindungan varietas tanaman, desain tata letak sirkuit terpadu, desain industri, rahasia dagang, indikasi geografis, merek, hak paten, dan hak cipta, yang kesemuanya merupakan bagian dari sistem Hak Kekayaan Intelektual sebagai salah satu mekanisme proteksi hak atas kekayaan intelektual.

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, atau yang dikenal dengan sebutan UUHC, merupakan landasan hukum terkini yang mengatur hak cipta (Indonesia, 2014). UUHC 2014 memperkuat posisi kreator dalam melindungi karya mereka dan memastikan bahwa reputasi serta integritas mereka tetap terjaga. Hal ini

bertujuan untuk mendorong kreativitas dan inovasi di Indonesia, dengan memberikan jaminan hukum yang jelas bagi para kreator.

Dasar hukum hak paten di Indonesia terutama ditetapkan melalui Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2016 tentang Paten, yang menggantikan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2001 (Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2016 Tentang Paten, 2016). Undang-undang ini menguraikan kriteria patentabilitas, yang meliputi kebaruan, langkah inventif, dan penerapan industri. Undang-undang ini berdasarkan pada prinsip-prinsip yang diatur dalam perjanjian internasional seperti Perjanjian TRIPS, yang menjadi kewajiban Indonesia sebagai anggota Organisasi Perdagangan Dunia.

Pasal 1 Ayat Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menjelaskan bahwa “merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa nama, kata, logo, angka, susunan warna, gambar dua dimensi atau tiga dimensi, hologram suara, atau hologram dua aspek atau lebih yang digunakan untuk membedakan barang atau jasa yang dihasilkan oleh orang pribadi atau badan hukum dalam kegiatan jual beli barang atau jasa.”

Hak merek adalah hak khusus yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang telah terdaftar, berlaku selama periode tertentu, dan dapat mencakup penggunaan nama merek atau pemberian izin kepada pihak lain untuk memanfaatkannya (Simamora, 2023). Merek berfungsi sebagai tanda atau petunjuk untuk mengenali asal usul produk atau jasa, baik yang sejenis maupun tidak sejenis, dari berbagai perusahaan. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 pada Pasal 1 Ayat (18) menyebutkan bahwa “Lisensi adalah pemberian wewenang dari pemegang hak terdaftar kepada pihak lain berdasarkan perjanjian tertulis sesuai dengan peraturan perundang-undangan untuk menggunakan merek dari pemegang merek terdaftar tanpa izin, sehingga melanggar hukum.” Apabila terjadi pelanggaran hak merek terdaftar, maka akan menimbulkan permasalahan hukum antara pemegang hak dengan pihak lain yang dengan sengaja menggunakan merek tersebut (Undang-Undang (UU) Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis, 2016).

Sebagai negara yang menarik minat para pengusaha domestik dan mancanegara, Indonesia perlu menjadikan merek sebagai prioritas pemerintah dalam mendorong perkembangan perekonomian baik tingkat nasional maupun global. Langkah nyata pemerintah untuk menunjang pembangunan ekonomi nasional adalah dengan memberikan perlindungan merek yang memadai. Regulasi tentang merek di Indonesia bermula dari diberlakukannya Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 mengenai Merek Dagang dan Merek Perusahaan yang diresmikan tanggal 11 Oktober 1961, atau yang kemudian dikenal sebagai UU Merek 1961. Undang-undang ini menggantikan UU

Pewarisan Hak Milik Industri tahun 1912 yang merupakan warisan dari masa penjajahan Belanda.

Berdasarkan UU Nomor 21 Tahun 1961, pemilik merek tidak diwajibkan melakukan registrasi untuk mendapatkan perlindungan hak menurut UU Merek (Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 Tentang Merek Perusahaan Dan Merek Dagang, 1961). Penetapan hak atas merek didasarkan pada prinsip siapa yang lebih dulu menggunakan, sedangkan pihak yang melakukan registrasi hanya dianggap sebagai pengguna pertama selama tidak terbukti sebaliknya. Mekanisme ini disebut sebagai sistem registrasi deklaratif atau sistem “first to use.” Dalam hak merek, terdapat dua mekanisme registrasi yaitu sistem konstitutif dan sistem deklaratif (Gultom, 2018). Sistem deklaratif atau sistem pasif mengasumsikan bahwa pihak yang terdaftar merupakan pihak yang memiliki hak atas merek terdaftar sebagai pengguna pertama.

Kondisi saat ini menunjukkan banyaknya merek yang beredar di pasar dalam negeri dengan karakteristik yang mirip satu sama lain, baik dari segi persamaan maupun kesamaan unsur-unsurnya. Praktik tersebut jelas menimbulkan kerugian bagi negara dan para pelaku usaha yang memiliki hak merek. Merek sebagai bentuk karya intelektual seseorang harus mendapat perlindungan karena merupakan aset intelektual yang memiliki nilai ekonomis bagi penciptanya. Namun, merek tidak terlepas dari tindakan penyalahgunaan dimana objeknya dapat dimanfaatkan pihak lain, baik melalui kesamaan mendasar maupun kesamaan menyeluruh. Pelanggaran dalam hak merek berupa penggunaan tanpa legitimasi. Dari perspektif hukum merek, tindakan memanfaatkan merek tanpa persetujuan jelas dapat merugikan pemegang hak merek atas merek yang dipergunakannya.

METODE PENELITIAN

Untuk menganalisis bahan hukum yang telah terkumpul, riset ini menerapkan metode analisis isi (content analysis method) melalui penguraian detail terhadap materi peristiwa hukum atau produk hukum yang bertujuan mempermudah interpretasi dalam pembahasan. Pendekatan yang digunakan dalam studi ini adalah pendekatan peraturan perundang-undangan sebagai metode utama (Efendi & Rijadi, 2022). Proses pengumpulan data dalam riset ini dilaksanakan melalui teknik dokumentasi dengan melakukan pencatatan atau pengutipan, eksplorasi pustaka hukum, literatur buku, serta sumber-sumber relevan lainnya yang berhubungan dengan identifikasi permasalahan penelitian baik secara offline maupun online.

Pendekatan utama yang diterapkan dalam penyusunan karya ilmiah ini adalah metode penelitian hukum normatif (normative research). Sesuai dengan karakteristik dan hakikat penelitiannya, data yang dipergunakan merupakan data sekunder yang

dikategorikan ke dalam beberapa jenis bahan hukum. Bahan hukum primer meliputi regulasi dan peraturan perundang-undangan yang relevan dengan topik kajian. Adapun bahan hukum sekunder dalam penelitian ini meliputi literatur seperti buku-buku referensi, publikasi jurnal ilmiah, makalah penelitian, serta artikel akademik yang mampu memberikan penjelasan atau mengarahkan pada bahan hukum primer. Sedangkan bahan hukum tersier seperti Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dan referensi pendukung lainnya dimanfaatkan untuk mencari definisi terminologi dalam kajian mengenai merek di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ketentuan mengenai merek diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU MIG). Pemilik merek yang sudah tercatat dalam daftar umum merek negara memperoleh hak eksklusif untuk memanfaatkan mereknya sendiri atau mengizinkan orang lain menggunakannya. Sebagai bentuk kekayaan intelektual, merek merupakan tanda pembeda yang ditempatkan pada produk dan/atau layanan yang diproduksi atau dipasarkan oleh suatu pihak (Undang-Undang (UU) Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis, 2016).

Pembagian merek meliputi dua kategori utama yaitu merek dagang dan merek jasa. Untuk membedakan produk dengan produk sejenis lainnya, digunakan merek dagang berupa simbol atau nama. Sementara itu, merek jasa berfungsi sebagai pembeda antara satu layanan dengan layanan serupa lainnya. Karakteristik pembeda menjadi syarat utama yang harus dimiliki setiap merek, termasuk tanda yang digunakan dalam kegiatan komersial barang atau jasa.

Merek dapat diartikan sebagai objek yang memiliki keunikan khusus sehingga dapat diidentifikasi dan dibedakan dari objek serupa lainnya (Djumhana & Djubaedillah, 2014). Selain itu, merek juga dapat dipahami sebagai penanda yang disertai nama untuk membedakannya dengan benda sejenis. Fungsi merek tidak terbatas hanya sebagai pembeda, tetapi juga berperan sebagai identitas pengenalan yang membedakan karya seseorang dengan orang lain, sarana promosi dan media iklan produk, jaminan kualitas, serta penanda asal muasal produk (Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum & HAM, 2019).

Pada hakikatnya, merek dagang berfungsi sebagai tanda atau identitas pembeda antara barang atau jasa yang diperdagangkan dengan produk sejenis lainnya. Melalui fungsi pembeda ini, masyarakat dapat mengenali dan membedakan merek dagang yang terkenal dari merek yang belum dikenal. Mengingat signifikansi merek dagang tersebut, perlindungan hukum terhadap hak merek dagang perlu diberikan kepada pemilik yang telah mendaftarkannya (Haryono, 2012).

Keberadaan tanda atau identitas ini menciptakan tanggung jawab bagi pelaku usaha yang memperdagangkan dan mengedarkan barang atau jasa. Pelaku usaha wajib mempertanggungjawabkan produk atau layanan yang diperjualbelikan. Apabila terjadi permasalahan dari barang atau jasa yang berpotensi merugikan konsumen atau pihak lain, identifikasi pelaku usaha yang bertanggung jawab atas distribusi produk tersebut menjadi lebih mudah.

Indonesia menerapkan sistem pendaftaran merek dengan prinsip "first to file" atau konstitutif, di mana hak merek diperoleh setelah pendaftaran di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Pasal 3 UU Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis secara eksplisit menyatakan bahwa "Hak atas Merek diperoleh setelah Merek didaftarkan". Negara memberikan hak eksklusif kepada pemilik merek terdaftar untuk jangka waktu tertentu, baik untuk penggunaan sendiri maupun pemberian izin kepada pihak lain. Oleh karena itu, tanggal pengajuan permohonan merek memegang peranan krusial karena menunjukkan hak prioritas pemohon (Putra, 2018).

Indonesia mengadopsi prinsip first-to-file dalam sistem pendaftaran merek dagang karena sistem ini menyederhanakan proses penetapan hak dan memastikan kepastian hukum, dimana hak diberikan kepada pihak pertama yang mengajukan permohonan, bukan kepada pengguna pertama. Hal ini berfungsi untuk menekan potensi perselisihan atas hak merek dagang, karena kepemilikan diakui berdasarkan tanggal pengajuan yang pasti, bukan klaim penggunaan yang kabur. Sistem ini bertujuan meminimalkan kompleksitas dalam membuktikan penggunaan sebelumnya, yang mungkin menjadi tantangan di berbagai daerah geografis. Hal ini sangat penting di negara yang beragam seperti Indonesia, di mana penggunaan lokal dapat sangat bervariasi.

Prioritas diberikan kepada pemohon pertama, sehingga bisnis didorong untuk mendaftarkan merek dagang mereka dengan cepat untuk memastikan hak-hak mereka terlindungi. Perlindungan Terhadap Perampasan Merek Dagang: Prinsip first-to-file bertujuan untuk mengurangi masalah yang terkait dengan perampasan merek dagang, di mana individu atau entitas mendaftarkan merek terkenal tanpa bermaksud untuk menggunakannya. Dengan menetapkan prioritas pengajuan yang jelas, bisnis yang sah dapat lebih memperkuat perlindungan terhadap kepentingan mereka dari praktik semacam itu. Sebagai bagian dari komitmennya terhadap perjanjian dan organisasi perdagangan internasional, penerapan prinsip first-to-file di Indonesia menyelaraskan undang-undang merek dagangnya dengan undang-undang di banyak negara lain. Penyelarasan ini memudahkan operasi bisnis bagi entitas lokal dan asing di pasar Indonesia.

Berdasarkan informasi yang disediakan oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI), prosedur pendaftaran merek dagang di Indonesia melibatkan beberapa fase kunci yang harus dilalui secara sistematis (Peraturan Menteri Hukum Dan HAM Nomor 67 Tahun 2016 Tentang Pendaftaran Merek, 2016). Perlindungan hukum secara eksklusif diberikan kepada pihak yang telah melakukan pendaftaran mereknya terlebih dahulu. Dengan demikian, siapa saja yang melakukan registrasi merek akan memperoleh hak kepemilikan atas merek tersebut. Sistem registrasi ini berfungsi sebagai persyaratan wajib untuk memperoleh kepemilikan hak merek.

Pihak-pihak yang belum melakukan registrasi tidak secara otomatis mendapatkan jaminan perlindungan hukum. Hak eksklusif ini bersifat absolut, sehingga pihak-pihak lain wajib mengakui dan menghargai hak yang dimiliki oleh pemegang merek yang telah terdaftar. Melalui proses pendaftaran, terbentuklah entitas yang memiliki hak sah, yakni satu-satunya pihak yang mempunyai kewenangan penuh terhadap merek yang bersangkutan:

1. Pencarian Merek Dagang, sebelum mengajukan permohonan, sebaiknya lakukan pencarian merek dagang untuk memastikan bahwa merek dagang yang diinginkan belum terdaftar. Langkah ini membantu menghindari potensi konflik dan penolakan di kemudian hari dalam proses.
2. Pengajuan Permohonan, ajukan permohonan ke DJKI secara online atau offline. Permohonan harus menyertakan: a. Formulir permohonan yang sudah diisi. b. Representasi yang jelas dari merek dagang (label atau logo). c. Dokumen pendukung yang diperlukan, seperti dokumen identitas dan bukti pendaftaran usaha. d. Kwitansi pembayaran biaya pendaftaran.
3. Pemeriksaan Formalitas, DJKI melakukan pemeriksaan formalitas dalam waktu sekitar 30 hari untuk memverifikasi bahwa semua dokumen yang diperlukan telah diserahkan dengan benar. Jika ada persyaratan yang belum lengkap, pemohon akan diberitahu untuk melengkapinya.
4. Publikasi, jika permohonan lolos pemeriksaan formalitas, permohonan tersebut akan dipublikasikan dalam Lembaran Berita Merek Resmi selama dua bulan. Selama waktu tersebut, pihak ketiga dapat mengajukan keberatan jika mereka yakin ada konflik dengan merek dagang mereka yang sudah ada.
5. Pemeriksaan Substantif, setelah masa publikasi, DJKI melakukan pemeriksaan substantif untuk menilai apakah merek dagang memenuhi persyaratan hukum untuk pendaftaran. Pemeriksaan ini dapat memakan waktu antara 90 hingga 180 hari.
6. Pendaftaran dan Penerbitan Sertifikat, jika tidak ada keberatan yang diajukan dan merek dagang tersebut lulus pemeriksaan substantif, maka merek dagang

tersebut resmi terdaftar. DJKI akan menerbitkan sertifikat merek dagang, yang memberikan perlindungan hukum selama sepuluh tahun sejak tanggal permohonan.

7. Perpanjangan, perlindungan merek dagang dapat diperpanjang tanpa batas waktu untuk periode sepuluh tahun tambahan dengan mengajukan permohonan perpanjangan dalam waktu enam bulan sebelum atau setelah tanggal kedaluwarsa.

Hal yang perlu ditimbangkan dalam pendaftaran suatu merek dagang: Hak Hukum: Merek dagang yang terdaftar memberikan hak eksklusif kepada pemiliknya, memungkinkan mereka untuk mengambil langkah hukum terhadap penggunaan yang tidak sah. Permohonan dengan Niat Buruk: Permohonan yang diajukan dengan niat buruk dapat ditolak atau dibatalkan di pengadilan. Konsultasi: Disarankan untuk berkonsultasi dengan profesional hukum atau agen merek dagang guna memahami proses pendaftaran dengan baik dan mengetahui implikasi hukum merek dagang di Indonesia.

Perlindungan hukum secara umum dapat diartikan sebagai perlindungan yang diberikan kepada subjek hukum, baik yang bersifat preventif berupa norma hukum peraturan perundang-undangan agar tidak terjadi pelanggaran hak oleh pihak lain, maupun yang bersifat memberikan hak kepada subjek hukum untuk melakukan gugatan hukum maupun yang bersifat represif berupa upaya hukum yang dapat dilakukan secara perdata maupun pidana (Murijiyanto, 2018).

Di Indonesia, ada beberapa elemen penting dalam perlindungan hukum yang bertujuan menjamin hak-hak individu dan masyarakat. Berdasarkan informasi dari berbagai sumber, berikut adalah komponen utama perlindungan hukum di Indonesia:

1. Pengakuan Hak, perlindungan hukum dimulai dengan pengakuan hak individu dan kolektif, sebagaimana ditetapkan oleh Konstitusi Indonesia dan berbagai undang-undang. Pengakuan ini berfungsi sebagai landasan untuk memastikan bahwa semua warga negara memiliki akses terhadap keadilan dan diperlakukan sama di mata hukum.
 - a. Tindakan Preventif dan Represif, perlindungan hukum dibagi menjadi dua kategori utama: Perlindungan Hukum Preventif: Bertujuan untuk mencegah terjadinya sengketa dengan menyediakan mekanisme bagi individu untuk menyuarakan keberatan atau kekhawatiran sebelum keputusan ditetapkan. Hal ini mendorong tindakan pemerintah yang cermat dan membantu menghindari potensi konflik.
 - b. Perlindungan Hukum Represif: Berfokus pada penyelesaian sengketa setelah timbul, biasanya melalui proses peradilan. Ini termasuk peran pengadilan

umum dan pengadilan tata usaha negara dalam mengadili masalah hukum dan menegakkan hak.

2. Akses kepada Bantuan Hukum serta penyediaan bantuan hukum merupakan hal yang sangat penting agar kelompok marginal, termasuk masyarakat miskin, dapat mengakses layanan hukum. Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2011 mengatur tentang bantuan hukum di Indonesia, yang didefinisikan sebagai layanan gratis yang diberikan kepada mereka yang tidak mampu, guna meningkatkan pemerataan akses terhadap keadilan.
3. Akuntabilitas Pemerintah, negara memiliki kewajiban mendasar untuk melindungi hak-hak warga negaranya melalui penegakan hukum dan proses peradilan yang efektif. Akuntabilitas ini penting untuk menjaga kepercayaan publik terhadap sistem hukum dan memastikan bahwa hak-hak ditegakkan.
4. Kerangka Hukum dan Lembaga, berbagai undang-undang dan lembaga mendukung perlindungan hukum, termasuk peraturan khusus untuk melindungi pengetahuan tradisional, hak konsumen, dan hak asasi manusia. Kerangka kerja ini menyediakan pendekatan terstruktur untuk menangani berbagai aspek perlindungan hukum.
5. Pertimbangan budaya harus menjadi faktor utama dalam penerapan perlindungan hukum, dengan memperhatikan konteks budaya dan adat istiadat setempat yang dapat memengaruhi persepsi dan penegakan hukum di berbagai komunitas di Indonesia.

Perlindungan hukum yang diberikan berdasarkan undang-undang adalah ketentuan yang mengatur:

- a. Kewajiban untuk menolak pendaftaran merek yang sama baik pada pokoknya maupun keseluruhannya dengan merek terdaftar milik pihak lain, termasuk merek ternama;
- b. Gugatan perdata bagi pemilik merek terdaftar untuk mengajukan gugatan perdata terhadap pihak lain yang menggunakan mereknya tanpa hak berupa tuntutan ganti rugi dan penghentian kegiatan yang berkaitan dengan pelanggaran merek;
- c. Tindakan penjatuan sanksi pidana kepada pihak yang menggunakan merek yang sama dan pada pokoknya secara keseluruhan dengan merek terdaftar milik pihak lain tanpa hak (Murijianto, 2018).

Fenomena yang masih kerap dijumpai di Indonesia adalah banyaknya pelaku usaha yang belum mendaftarkan merek dagang mereka, meskipun sistem konstitutif untuk registrasi merek telah diterapkan sejak lahirnya UU No. 19/1992 tentang Merek. Regulasi ini kemudian mengalami beberapa kali revisi, dimulai dari UU No. 14/1997,

dilanjutkan dengan UU No. 15/2001, hingga yang terbaru UU No. 20/2016 tentang Merek.

Realita di lapangan menunjukkan bahwa baik merek untuk produk maupun layanan jasa, sebagian besar masih belum melalui proses pendaftaran resmi. Kondisi ini umumnya terjadi karena para pengusaha di tahap awal bisnisnya tidak menggunakan identitas khusus untuk produk mereka. Seiring berkembangnya usaha, barulah mereka mulai mengadopsi logo atau simbol tertentu sebagai penanda identitas produk atau layanan yang mereka tawarkan. Sayangnya, tidak sedikit di antara mereka yang kurang memahami pentingnya aspek legal dalam penggunaan merek, bahkan acap kali mengabaikan potensi risiko penciplakan oleh competitor (Murijiyanto, 2018).

Dalam konteks Indonesia, framework perlindungan legal untuk merek komersial, baik kategori biasa maupun yang sudah memiliki reputasi luas, secara primer diatur melalui UU No. 20/2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Untuk merek komersial pada umumnya, perlindungan hukum diperoleh lewat prosedur registrasi resmi yang dilakukan melalui Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI).

1. Perlindungan untuk Merek Dagang Biasa:

- a. Persyaratan Pendaftaran: Merek dagang biasa harus didaftarkan untuk mendapatkan perlindungan hukum di Indonesia. Merek yang tidak terdaftar tidak memiliki tingkat perlindungan yang sama.
- b. Kekhasan: Merek dagang harus memiliki kekhasan agar memenuhi syarat untuk didaftarkan. Merek yang tidak memiliki kekhasan yang melekat dapat ditolak pendaftarannya.
- c. Penolakan dan Pembatalan: Pihak ketiga dapat menolak permohonan merek dagang jika mereka memiliki hak sebelumnya. Setelah didaftarkan, merek dagang dapat dibatalkan atau dibatalkan jika tidak digunakan selama tiga tahun berturut-turut.

2. Perlindungan untuk Merek Dagang Terkenal:

- a. Ketentuan Khusus: Merek dagang terkenal mendapatkan perlindungan tambahan berdasarkan Pasal 21 Undang-Undang Merek Dagang, yang melarang pendaftaran merek yang identik atau mirip dengan merek terkenal, bahkan untuk barang atau jasa yang berbeda.
- b. Ketenaran di Indonesia: Merek dagang yang dikenal terkenal di negara lain belum tentu secara otomatis dianggap terkenal di Indonesia. Pemilik merek dagang harus membangun ketenaran mereka di pasar Indonesia untuk mendapatkan manfaat dari perlindungan ini. Pendaftaran dengan Itikad Buruk: Undang-undang ini menyediakan mekanisme untuk melindungi

merek dagang terkenal dari pendaftaran dengan itikad buruk, memastikan bahwa upaya jahat untuk mendaftarkan merek serupa dapat digugat.

Bilamana terjadi pelanggaran merek terdaftar yang mempunyai reputasi terkenal, maka sesuai UU No. 20 Tahun 2016 Pasal 83, pemilik merek dan pihak yang memperoleh lisensi memiliki hak untuk menempuh jalur hukum. Tindakan hukum yang dimaksud dapat meliputi permintaan ganti rugi dan/atau perintah untuk menghentikan seluruh kegiatan yang menggunakan merek dengan tingkat kemiripan substansial atau total untuk produk dan/atau layanan yang serupa kepada pihak yang melakukan pelanggaran (Putra, 2018).

Kriteria penolakan permohonan merek diatur dalam Pasal 21 Ayat (1) UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yakni ketika terdapat kemiripan atau keidentikan dengan (Undang-Undang (UU) Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis, 2016):

1. Indikasi Geografis yang telah terdaftar;
2. Merek terkenal kepunyaan pihak lain untuk produk dan/atau layanan yang tidak sejenis namun memenuhi kriteria tertentu;
3. Merek terkenal kepunyaan pihak lain untuk produk dan/atau layanan sejenis;
4. Merek terdaftar kepunyaan pihak lain atau yang telah diajukan pendaftarannya lebih dulu oleh pihak lain untuk produk dan/atau layanan sejenis.

Mengenai kriteria penolakan, Pasal 21 Ayat huruf b memberikan penjelasan bahwa permohonan yang memiliki kemiripan atau kesamaan dengan merek terkenal akan ditolak untuk produk dan/atau jasa sejenis. Faktor pertimbangan mencakup tingkat pengetahuan publik tentang merek dalam sektor bisnis yang relevan, reputasi yang dibangun melalui promosi intensif dan berkesinambungan, investasi lintas negara oleh pemilik merek terkenal, serta catatan pendaftaran merek di negara lain. Apabila pertimbangan tersebut tidak mencukupi, Pengadilan Niaga dapat menunjuk lembaga independen untuk melakukan survei guna menentukan apakah merek terkenal tersebut dapat dijadikan dasar penolakan (Putra, 2018).

Perlindungan juga diberikan terhadap merek terkenal yang belum mendapat pendaftaran, sekaligus melindungi dari oknum beritikad buruk yang berupaya mendaftarkan merek terkenal untuk kepentingan pribadi. Pasal 76 beserta penjelasannya secara eksplisit menyatakan bahwa gugatan pembatalan terhadap merek terdaftar dapat diajukan oleh pihak berkepentingan berdasarkan alasan-alasan dalam Pasal 20 dan/atau Pasal 21. Sementara itu, pemilik merek tidak terdaftar dapat mengajukan gugatan setelah mengajukan permohonan kepada Menteri. Gugatan pembatalan disampaikan ke

Pengadilan Niaga terhadap pemegang merek terdaftar. Kategori merek tidak terdaftar meliputi pemilik beriktikad baik yang mereknya belum terdaftar serta merek terkenal yang belum memperoleh pendaftaran (Putra, 2018).

Regulasi ini secara eksplisit mendorong pemilik merek untuk melakukan pendaftaran mengingat pentingnya registrasi merek di Indonesia dalam menghadapi pembajakan dan pelanggaran merek akibat pendaftaran beriktikad buruk yang kerap terjadi di Indonesia untuk meraih keuntungan. Pendaftaran beriktikad buruk terjadi saat pihak ketiga atau pemilik tidak sah mendaftarkan merek tersebut terlebih dahulu di Indonesia, termasuk merek-merek terkenal, sehingga menghalangi pemilik yang legitim untuk melakukan pendaftaran.

Berdasarkan analisis data dan informasi yang diperoleh dari hasil pengamatan, secara umum faktor-faktor yang mempengaruhi pemilik merek yang menggunakan merek tidak mendaftarkan mereknya adalah:

1. Regulasi Perlindungan Merek Belum Terdaftar

Dalam sistem hukum merek Indonesia, masih dijumpai beberapa aturan yang mengakomodasi kepentingan pemilik merek yang belum melakukan registrasi:

- a. Terdapat kewajiban penolakan registrasi merek yang memiliki kemiripan substansial atau identik dengan merek lain, meskipun merek pembanding tersebut belum mengalami proses pendaftaran (sebagaimana diatur dalam Pasal 21).
- b. Pemilik merek non-terdaftar tetap memperoleh hak untuk menginisiasi tuntutan pembatalan merek melalui jalur hukum (berdasarkan Pasal 74 Ayat 2).

2. Kesenjangan Pemahaman Masyarakat

Masih ditemukan kelompok masyarakat yang kurang memahami urgensi registrasi merek serta belum menyadari kegunaan dan keuntungan dari proses pendaftaran tersebut, terutama untuk kepentingan pemilik merek dan konsumen dalam menentukan preferensi produk atau layanan.

Regulasi yang ada memungkinkan pemilik merek tidak sah untuk melayangkan gugatan pembatalan tanpa persyaratan ketat. Namun, gugatan semacam ini seharusnya disertai kondisi tertentu, seperti status merek sebagai merek terkenal atau adanya indikasi pendaftar beriktikad buruk.

Proteksi merek mencakup merek internasional dan lokal, tanpa memandang tingkat popularitasnya, dengan syarat telah melalui proses registrasi. Pemilik merek diwajibkan melakukan pendaftaran melalui Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (DJKI) untuk memperoleh jaminan hukum. Registrasi ini memberikan legitimasi kuat terhadap merek asli dan variasinya (Gultom, 2018). Keberadaan proteksi ini menunjukkan tanggung jawab negara dalam menetapkan regulasi merek. Ketika

terjadi pelanggaran terhadap merek terdaftar, pemegang hak dapat menempuh jalur pengadilan (Hutama & Bangsawan, 2024).

Berdasarkan Pasal 35 UU No. 20 Tahun 2016 Ayat (1) dan (2), merek terdaftar memperoleh proteksi hukum dalam periode tertentu sejak persetujuan diterima, dengan kemungkinan perpanjangan sesuai ketentuan. Proteksi merek terdaftar berlangsung selama 10 tahun, dimulai dari tanggal penerimaan aplikasi. Atas inisiatif pemegang merek, masa proteksi dapat diperpanjang secara berkala dengan durasi yang sama. Pengaturan mengenai masa berlaku dan perpanjangan tercantum dalam Pasal 36 UU No. 20 Tahun 2016.

UU Merek No. 20/2016 berfungsi sebagai perangkat penjaga hak cipta intelektual yang menyediakan hak khusus kepada penguasa merek resmi untuk memanfaatkan merek dalam bisnis sesuai golongan barang atau jasa. Merek berperan sebagai ciri khas produk untuk pembedaan dan menampilkan identitas pembuat.

Penjagaan legal terbagi dua macam: preventif dan represif. Penjagaan preventif disediakan pemerintah untuk mencegah pelanggaran sebelum berlangsung lewat regulasi yang memberi petunjuk dan syarat-syarat. Sementara penjagaan represif berupa sanksi final seperti hukuman pidana, denda, dan sanksi tambahan ketika muncul konflik atau pelanggaran, yang bertujuan mengatasi persoalan hukum (Mulyati, 2023).

KESIMPULAN

Menurut Sistem Konstitutif, terdapat beberapa faktor yang menyebabkan masih banyaknya merek yang belum melalui proses pendaftaran resmi: 1) Merek yang belum terdaftar masih memperoleh jaminan perlindungan hukum melalui mekanisme pengajuan keberatan terhadap pendaftaran dan pembatalan yang dapat dilakukan oleh pemilik merek non-terdaftar. Kondisi ini membuat para pemilik merek merasa kurang urgent untuk melakukan pendaftaran resmi karena merek mereka tetap mendapat proteksi hukum; 2) Masih terdapat pihak-pihak yang belum sepenuhnya mengerti dan mengapresiasi urgensi dari kewajiban registrasi merek, serta belum memahami fungsi dan keuntungannya, khususnya bagi pemilik merek dan konsumen dalam menentukan pilihan produk atau layanan yang tepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abduh, R., & Fajaruddin. (2021). *Intellectual Property Rights Protection Function in Resolving Copyright Disputes*. FH Universitas Muhammadiyah.
- Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum & HAM. (2019). *Merek dalam Pengenalan*. Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. <https://dgip.go.id/menuutama/merek/pengenalan>
- Djumhana, M., & Djubaedillah, R. (2014). *Hak Milik Intelektual, Sejarah, Teori, dan*

Praktiknya di Indonesia. Citra Aditya Bakti.

- Efendi, J., & Rijadi, P. (2022). *Metode Penelitian Hukum Normatif dan Empiris* (2nd ed.). Prenada Media Group.
- Fauza, M. R. (2021). *Hukum Merek Hukum Merek Perkembangan Aktual Perlindungan Merek dalam Konteks Ekonomi Kreatif di Era Disrupsi Digital*. PT. Refika Aditama.
- Gultom, M. H. (2018). Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Merek Terdaftar Terhadap Pelanggaran Merek. *Jurnal Warta*, 56, 7. <https://doi.org/https://doi.org/10.46576/wdw.v0i56.14>
- Haryono. (2012). *Jurnal Ilmiah CIVIS*. II, 240.
- Hutama, M., & Bangsawan, M. (2024). *Legal Protection For Trademark Rights Holders According to Indonesian Law*. 2(2), 4.
- Indonesia, P. P. (2014). Undang-undang (UU) Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. In *LN.2014/No. 266, TLN No. 5599, LL SETNEG: 57 HLM*.
- Kur, A., & Maunsbach, U. (2019). *Choice of Law and Intellectual Property Rights*.
- Kurnia, T. S. (2011). *Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal di Indonesia Pasca Perjanjian TRIPs*. PT Alumnus.
- Makkawaru, Z. (2020). *Hak Kekayaan Intelektual Seri Hak Cipta, Paten, dan Merek*. Farha Pustaka.
- Manusia, K. H. dan H. A., Intelektual, D. J. K., Harris, F., Silitonga, D. P., Pardede, A., Sitohang, L. S., Damarsasongko, A., Nurbaya, Ariyanti, Giartono, A. A., Nainggolan, S., Rionaldo, S., Sampe, I. E., Sari, Y. I., & Kusumah, J. P. (2020). *Modul Kekayaan Intelektual Tingkat Dasar Bidang Hak Cipta*. Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual.
- Marzuki, P. M. (2021). *Pengantar ilmu hukum* (Vol. 13). Kencana.
- Mulyati, R. (2023). *Perlindungan Hukum Merek Terkenal Untuk Barang dan atau Jasa Tidak Sejenis dalam Hukum Merek Indonesia*. Kencana.
- Murijiyanto, R. (2018). *Legal Protection of the Registered Trademark Owner in the Constitutive System (First to File) in Indonesia* (Vol. 1).
- Paranjpe, A. S., Cook, T. G., & Garrison, N. D. W. (2017). *A Short Introduction to Intellectual Property Rights*.
- Patricia, L., & Silalahi, W. (2024). Perlindungan Hukum Merek Terkenal Terhadap Tindakan Pembongcengan Reputasi di Indonesia: Studi Yuridis. *Ranah Research : Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 7(1), 105–110. <https://doi.org/10.38035/rrj.v7i1.1224>
- Peraturan Menteri Hukum Dan HAM Nomor 67 Tahun 2016 Tentang Pendaftaran Merek (2016).
- Prihatin, L., Listyowati, M. Y. E., & Hidayat, T. I. (2024). Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual: Sebuah Esensial Hak Cipta Pada Era Revolusi Industri 4.0. *UNES Law Review*, 6(4), 11321–11329.

- Putra, R. A. (2018). *Legal Possibility To Regulate Defensive Mark As Well-Known Mark Protection In Indonesia* (Vol. 1).
- Saidin, O. (2019). *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*. PT. Rajagrafindo Persada.
- Silalahi, W. (2020). Penataan Regulasi Berkualitas Dalam Rangka Terjaminnya Supremasi Hukum. *Jurnal Hukum Progresif*, 8(1), 56–66. <https://doi.org/10.14710/hp.8.1.56-66>
- Simamora, M. N. (2023). *Perlindungan Hukum Terhadap Hak Merek Terkenal Dalam Kasus Starbucks Corporation* [Universitas Katholik Soegijapranata Semarang]. <https://repository.unika.ac.id/32762/>
- Talahatu, R., Berlianty, T., & Balik, A. (2023). Perlindungan Hak Ekonomi Pencipta Dan Pemegang Hak Cipta Atas Pemutaran Musik Atau Lagu Di Kafe Dan Restoran. *KANJOLI Business Law Review*, 1(2), 81–89. <https://doi.org/10.47268/kanjoli.v1i2.11609>
- Undang-Undang (UU) Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis (2016).
- Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2016 Tentang Paten (2016).
- Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 Tentang Merek Perusahaan Dan Merek Dagang (1961).