

UPAYA HUKUM TERHADAP PELANGGARAN HAK MEREK DI INDONESIA BERDASARKAN
UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFISYuni Handayani¹, Rosita Amelia², Ratu Ayu Tie Teduh³, Silvia Damai⁴, Robikhatul Aeni⁵,
Ikhwan Aulia Fatahillah⁶Email: yunihandayani1010@gmail.com, rosithaamelyaa@gmail.com,
ratuayutiee@gmail.com, silviadamai03@gmail.com, robikhatulenn@gmail.com,
ikhwanaf@uinsgd.ac.id.

Ilmu Hukum, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung

Abstract

Trademark rights are a part of intellectual property rights that play a crucial role in maintaining the identity, reputation, and economic value of a product or service. In Indonesia, regulations governing trademark protection and enforcement are stipulated in Law No. 20 of 2016 on Trademarks and Geographical Indications. Despite these legal provisions, violations such as counterfeiting and unauthorized use remain prevalent across various sectors. This study aims to explore the legal protection of trademark rights, analyze the factors that contribute to trademark infringements, and examine the legal mechanisms available to address these issues. Using a normative juridical approach, the findings reveal that although legal instruments exist, challenges in enforcement persist. The lack of sufficient evidence and low legal awareness among the public are significant obstacles to ensuring effective trademark protection. Strengthening the legal protection system and implementing more effective enforcement strategies are essential steps to ensure that trademark rights are safeguarded to the fullest extent in Indonesia.

Keywords: *Legal Remedies; Trademark Rights; and Trademark Rights Infringement.*

Abstrak

Article History

Received: Desember 2025
Reviewed: Desember 2025
Published: Desember 2025

Copyright : Author

Publish by : CAUSA



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

¹ 1223050185, Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung

² 1223050159, Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung

³ 1223050146, Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung

⁴ 1223050167, Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung

⁵ 1223050157, Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung

⁶ Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung

Hak merek termasuk dalam ranah hak kekayaan intelektual dan berfungsi dalam mempertahankan identitas, kredibilitas, serta nilai ekonomi suatu produk atau layanan. Di Indonesia, regulasi mengenai perlindungan serta penerapan hukum terkait hak merek telah tertuang dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Namun, pelanggaran seperti pemalsuan dan pemanfaatan tanpa izin masih marak terjadi di berbagai sektor industri. Dan penelitian ini berfokus pada analisis terhadap bentuk perlindungan hukum yang diterapkan guna menjaga hak merek dari berbagai potensi pelanggaran, serta mengkaji mekanisme hukum yang tersedia dalam menangani permasalahan tersebut. Dengan pendekatan yuridis normatif, hasil penelitian mengungkap bahwa meskipun instrumen hukum telah tersedia, tantangan dalam penegakannya tetap ada. Minimnya bukti dan rendahnya kesadaran hukum masyarakat menjadi hambatan utama dalam memastikan perlindungan hak merek dapat berjalan secara optimal. Penguatan sistem perlindungan hukum dan penerapan strategi penegakan yang lebih efektif menjadi langkah penting dalam memastikan hak merek terlindungi secara maksimal di Indonesia.

Kata kunci: Upaya Hukum; Hak Merek; dan Pelanggaran Hak Merek.

PENDAHULUAN

Perkembangan industri bisnis dan perdagangan telah menjadikan dunia usaha semakin kompetitif. Dalam konteks perdagangan global, perlindungan hukum terhadap Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) memiliki peran krusial dalam menjaga persaingan yang sehat serta mencegah praktik yang merugikan, seperti pembajakan, peniruan, atau penggunaan merek tanpa izin dari pemilik terdaftar. Meningkatnya persaingan, baik dalam skala domestik maupun internasional, turut memperbesar potensi munculnya praktik usaha yang tidak jujur. Tindakan persaingan curang dilakukan oleh individu maupun badan usaha untuk memperoleh keunggulan dengan cara yang tidak etis. Young mengemukakan bahwa kegiatan perdagangan tidak hanya harus dilakukan secara jujur, tetapi juga tidak boleh secara tidak sengaja merugikan pihak lain. Penegakan hukum yang tegas terhadap pelanggaran HAKI menjadi faktor kunci dalam menciptakan ekosistem bisnis yang berkeadilan serta berdaya saing tinggi.⁷

⁷ Harsono Adisumarto, *Hak Milik Intelektual Khususnya Paten dan Merek, Hak Milik Perindustrian (Industri Property)*, Jakarta: Akademia Pressindo, 1990, hlm. 59.

Sarana perlindungan utama bagi pelaku usaha di era ini adalah pendaftaran merek, yang sangat dianjurkan mengingat persaingan usaha yang ketat sehingga dapat menimbulkan pelanggaran atau perbuatan melawan hukum. H.M.N Purwo Sutjipto berpendapat merek merupakan lambang yang memberikan ciri khas pada suatu objek tertentu untuk membedakannya dengan objek lain yang sejenis.⁸

Merek berperan sebagai simbol visual yang berfungsi sebagai identitas unik untuk membedakan suatu produk dari produk sejenis lainnya atau layanan dari kompetitor serta menegaskan asal-usulnya. Dalam perdagangan, merek dapat diterapkan langsung pada produk, digunakan pada kemasan, atau dikaitkan dengan jasa tertentu. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, suatu merek dapat terdiri dari berbagai unsur, seperti kombinasi warna, hologram, suara, angka, huruf, kata, nama, logo, gambar, atau perpaduan dari beberapa elemen tersebut. Perlindungan hukum terhadap merek bertujuan untuk memastikan keunikan dan identitas suatu produk atau jasa tetap terjaga dalam persaingan pasar.⁹

Selain itu, keunggulan suatu produk atau layanan dapat tercermin dalam mereknya. Namun dalam praktiknya, merek dagang yang terdaftar sering kali menjadi sasaran pelanggaran hukum, termasuk pemalsuan, persaingan tidak sehat, dan penggunaan merek yang tidak sah atau tanpa izin untuk merek tertentu. Dalam era bisnis modern, merek memiliki peran krusial dalam menjaga daya saing perusahaan, terutama dengan pesatnya pertumbuhan sektor perdagangan yang mendorong pasar ke tingkat global. Meski regulasi telah diperbarui melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 telah menggantikan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, pelanggaran masih sering terjadi di berbagai sektor. Salah satu bentuk pelanggaran yang umum dijumpai adalah penyalahgunaan merek tanpa izin. adalah kemunculan merek baru yang sengaja memanfaatkan popularitas merek terkenal untuk memperoleh keuntungan, tanpa izin dari pemilik aslinya. Fenomena ini menunjukkan perlunya penguatan sistem perlindungan hukum agar hak merek tetap terjaga dalam persaingan bisnis yang semakin kompetitif.

Berdasarkan pembahasan yang telah dijelaskan, penulis tertarik untuk menelaah dan menganalisisnya lebih lanjut dalam penelitian berjudul “Upaya Hukum Terhadap Pelanggaran

⁸ David Young, *Passing off the Law and Practice relating to the Immitation of Goods Bussinesess and Professions*, Third Edition, (London: Longman, 1994), mengemukakan “trading must not only be honest but must not even unintentionally be unfair”. hlm.1.

⁹ Darmadi Duriyanto, Sugiarto dan Tony Sitinjak, “Strategi Menaklukan Pasar melalui Riset Ekuitas Perilaku Merek”, (Jakarta: gramedia Utama, 2001), hlm.1.

Hak Merek di Indonesia berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.”¹⁰

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan yuridis normatif, yaitu metode kajian hukum yang bersumber dari data sekunder melalui studi kepustakaan. Tujuan pendekatan ini adalah untuk menganalisis dan menelaah ketentuan hukum yang berlaku, khususnya dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang menjadi dasar hukum utama penelitian. Proses pengumpulan data dilakukan dengan mengidentifikasi dan merangkum berbagai literatur hukum, termasuk buku, jurnal, artikel ilmiah, serta ensiklopedia yang relevan dengan permasalahan yang dibahas. Selanjutnya, proses analisis data dilakukan secara mendalam melalui kegiatan membaca, memahami, menelaah, dan membandingkan berbagai literatur hukum yang telah dikumpulkan. Hasil analisis tersebut kemudian diinterpretasikan dengan pendekatan yang terstruktur untuk merespons rumusan masalah dalam penelitian ini. Sebagai tahap akhir, peneliti merumuskan kesimpulan yang bersifat argumentatif dan logis berdasarkan hasil kajian terhadap berbagai peraturan dan teori hukum yang telah dianalisis sebelumnya.

PEMBAHASAN

A. Perlindungan Hukum Terhadap Hak Atas Merek di Indonesia Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis

Perlindungan hukum pada dasarnya merupakan suatu bentuk pengakuan dan jaminan negara terhadap hak asasi manusia setiap individu yang berpotensi dilanggar oleh pihak lain, sebagaimana diungkapkan oleh Satjipto Rahardjo. Perlindungan ini bertujuan agar hak-hak yang telah diberikan dan diatur dalam sistem peraturan perundang-undangan dapat terlaksana secara efektif dan tidak diabaikan oleh siapa pun. Lebih lanjut, Fitzgerald, merujuk pada teori perlindungan hukum yang dikemukakan oleh Salmond, mengemukakan bahwa peran utama hukum adalah mengharmoniskan dan mengoordinasikan beragam kepentingan dalam masyarakat. Dalam praktiknya, perlindungan terhadap suatu kepentingan tertentu seringkali memerlukan pembatasan terhadap kepentingan individu lainnya, sehingga hukum memegang

¹⁰ Hans, C., & Kansil, C. S. (2023). Analisis Bentuk Perlindungan Hukum Terhadap Penggunaan Merek pada Kelas Barang dan Jasa yang Sama. *UNES Law Review*, 6(2), 4163-4171. Hal 2-3.

peranan krusial dalam menetapkan dan menentukan mana kepentingan yang patut dilindungi demi terciptanya ketertiban dan keadilan sosial. Oleh karena itu, perlindungan hukum tidak hanya bersifat represif atau reaktif terhadap pelanggaran hak, tetapi juga bersifat preventif melalui ketentuan hukum yang telah disepakati oleh masyarakat secara kolektif. Dalam konteks ini, hukum dipahami sebagai hasil kesepakatan sosial yang berfungsi mengatur perilaku setiap anggota masyarakat serta hubungan antara warga negara dengan pemerintah, yang secara formal diberi wewenang untuk mewakili dan menjaga kepentingan umum. Maka dari itu, perlindungan hukum harus dipahami secara menyeluruh sebagai sistem yang dibangun dari norma hukum, prinsip keadilan, dan kesepakatan bersama yang bertujuan menciptakan keteraturan sosial dan menjamin terpenuhinya hak-hak masyarakat secara adil dan merata.¹¹

Perlindungan hukum atas hak merek mencakup aspek nasional dan internasional, memastikan hak pemilik merek tetap terjaga di berbagai yurisdiksi, yang pelaksanaannya didasarkan pada asas timbal balik (*reciprocity principle*). Asas ini menekankan bahwa setiap negara yang menjadi anggota dalam suatu perjanjian internasional memiliki kewajiban untuk menjamin perlindungan hukum yang setara atas kekayaan intelektual bagi warga negara anggota lainnya, sebagaimana hak yang diberikan kepada warga negara sendiri. Perlindungan hukum yang disediakan oleh pemerintah tidak semata-mata berfokus pada kepentingan pemilik merek sebagai pemegang hak resmi atas merek dagang, tetapi juga mencakup perlindungan terhadap konsumen yang berhak mendapatkan produk yang asli, aman, dan dapat dipercaya. Hal ini bertujuan untuk mencegah beredarnya produk palsu yang berpotensi menyesatkan atau merugikan konsumen.

Selain itu, pemilik merek yang bertindak dengan itikad baik memiliki hak atas perlindungan hukum terhadap merek yang dimilikinya. Namun demikian, meskipun seorang pemilik merek telah mengantongi sertifikat resmi yang menyatakan kepemilikan sah atas merek tersebut, hak tersebut tetap dapat dicabut atau dibatalkan apabila terbukti bahwa pemiliknya memiliki niat jahat atau menggunakan merek tersebut untuk tujuan yang melanggar hukum. Dalam upaya melindungi merek terkenal, negara telah menetapkan regulasi yang mencakup dua jenis perlindungan, yaitu preventif dan represif. Tindakan preventif bertujuan untuk mencegah terjadinya pelanggaran dan telah diatur dalam Pasal 20, Pasal 21, dan Pasal 22 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, sebagai bentuk pembaruan dari ketentuan sebelumnya. Di sisi lain, tindakan represif berfungsi sebagai langkah penegakan hukum terhadap pelanggaran yang telah terjadi, sebagaimana tercantum dalam

¹¹ Putra, I. M. D., TITAWATI, T., FEBRIYANI, A., & ARDIKA, G. T. (2022). Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Merek Di Indonesia. *Ganec Swara*, 16(2), 1739-1746. Hal 3

Pasal 100 hingga Pasal 103 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, yang menggantikan ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001. Pemilik merek yang haknya dilanggar memiliki hak atas perlindungan hukum yang komprehensif sesuai dengan regulasi yang berlaku.

Negara memiliki kewajiban untuk menegakkan hukum merek melalui mekanisme perlindungan yang tersedia. Jika sebuah merek terdaftar mengalami pelanggaran, pemiliknya berhak mengajukan gugatan ke pengadilan yang berwenang sebagai bentuk perlindungan hukum. Langkah ini bertujuan untuk memastikan keadilan dalam masyarakat serta menjaga hak-hak pemilik merek yang sah. Menurut Pasal 35 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, merek yang telah terdaftar diberikan perlindungan hukum selama 10 tahun sejak pendaftaran diterima, dengan opsi perpanjangan untuk periode yang sama. Demi mempermudah prosedur bagi masyarakat, pemerintah menyediakan layanan pendaftaran dan perpanjangan merek baik secara elektronik maupun non-elektronik, sehingga akses terhadap perlindungan hukum menjadi lebih efisien dan terjangkau.¹²

Keberadaan sistem perlindungan hukum terhadap hak atas merek secara nyata menunjukkan komitmen kuat dari negara dalam menegakkan supremasi hukum serta melindungi hak-hak kekayaan intelektual, khusus pada hak atas merek yang telah terdaftar secara sah. Sistem ini memberikan landasan hukum yang jelas dan tegas bagi para pemilik merek untuk mendapatkan perlindungan apabila terjadi pelanggaran atau penyalahgunaan terhadap merek yang dimilikinya. Dalam situasi terjadinya pelanggaran, pemilik merek yang dirugikan memiliki hak hukum untuk mengambil langkah-langkah hukum, termasuk mengajukan gugatan ke pengadilan sebagai upaya penyelesaian sengketa secara yuridis. Hal ini sejalan dengan tujuan utama dari adanya perlindungan hukum, yaitu untuk mewujudkan keadilan bagi semua pihak yang berkepentingan, terutama pihak pemilik merek yang telah memenuhi ketentuan hukum dalam proses pendaftaran dan penggunaan mereknya. Perlindungan hukum terhadap merek juga merupakan implementasi dari prinsip keadilan yang menjadi salah satu pilar utama dalam sistem hukum nasional. Dengan adanya jaminan perlindungan tersebut, maka hak-hak hukum pemilik merek akan dijaga keberadaannya dari segala bentuk pelanggaran, penyalahgunaan, atau tindakan curang yang dapat merugikan baik secara ekonomi maupun reputasi. Selain memberikan rasa aman bagi pemilik merek, sistem ini juga berperan dalam menciptakan kepastian hukum dan iklim usaha yang sehat, karena setiap pelanggaran akan ditangani secara profesional melalui mekanisme hukum yang telah ditetapkan. Sistem perlindungan hukum atas merek tidak hanya berfungsi sebagai alat penegakan hukum semata, melainkan juga sebagai

¹² Hans, C., & Kansil, C. S. (2023). Analisis Bentuk Perlindungan Hukum Terhadap Penggunaan Merek pada Kelas Barang dan Jasa yang Sama. *UNES Law Review*, 6(2), 4163-4171. Hal 5.

instrumen penting dalam menjamin keadilan, melindungi kepentingan pemilik merek, serta memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap sistem hukum yang berlaku.

B. Faktor-Faktor Penyebab Terjadinya Pelanggaran Hak Merek

Pelanggaran hak merek sering kali terjadi karena berbagai faktor, seperti niat untuk mendapatkan keuntungan yang tidak sah, kurangnya kesadaran hukum, dan pemalsuan produk. Faktor-faktor ini sering kali mendorong pelaku untuk mengabaikan hak-hak pemilik merek yang sah. Beberapa aspek utama yang berkontribusi terhadap terjadinya pelanggaran hak merek adalah sebagai berikut:

1. Faktor Ekonomi

Faktor ekonomi berperan signifikan dalam meningkatnya kasus pelanggaran merek, terutama karena tingginya nilai ekonomi yang melekat pada merek terkenal dengan reputasi yang kuat. Kondisi ini membuat perusahaan dengan merek yang sudah mapan lebih rentan terhadap pelanggaran. Salah satu faktor ekonomi yang berperan adalah *goodwill*, yaitu nilai positif yang melekat pada suatu merek dan memberikan keuntungan bisnis bagi pemiliknya. *Goodwill* sebagai aset perusahaan yang tidak berwujud merupakan faktor penting dalam pertumbuhan dan perkembangan bisnis suatu perusahaan, karena nilainya yang sangat tinggi dan manfaat yang diberikannya. *Goodwill* suatu merek tercipta ketika pelaku usaha secara konsisten menjaga kualitas produk atau layanan yang mereka tawarkan. Merek yang memiliki popularitas tinggi di masyarakat merupakan aset bernilai yang mencerminkan kredibilitas dan loyalitas pelanggan, sehingga tercipta kepercayaan konsumen terhadap merek tersebut dan mendorong mereka untuk terus menggunakan produknya.

Faktor ekonomi kedua berkaitan dengan investasi dan promosi. Untuk meningkatkan popularitas suatu merek di masyarakat, diperlukan strategi promosi yang efektif serta investasi yang signifikan. Proses ini sering kali mengharuskan pelaku usaha mengalokasikan sumber daya dalam jumlah besar untuk membangun citra dan daya tarik merek agar dapat bersaing di pasar. Akibatnya, pelaku pelanggaran merek biasanya memilih untuk menggunakan merek yang sudah dikenal di masyarakat agar biaya promosi merek seminimal mungkin. Dengan demikian, pelaku usaha tidak perlu mengeluarkan biaya promosi karena sudah mendapatkan keuntungan dari pengakuan merek terkenal yang dimiliki pelaku usaha lain.

2. Faktor Budaya Masyarakat

Faktor budaya masyarakat juga berkontribusi terhadap pelanggaran merek, terutama karena pola konsumsi yang lebih mengutamakan status sosial dibandingkan kualitas dan keaslian produk. Perilaku ini merupakan akibat adanya *stereotype* dalam masyarakat yang menganggap bahwa status sosial pengguna merek dapat disimpulkan dari penggunaan merek tertentu, khususnya merek yang sudah dikenal. Namun, kenyataannya, masih banyak pembeli yang tidak memiliki kapasitas finansial untuk memperoleh produk dari merek ternama akibat harga yang tinggi. Akibatnya, dari ketidakmampuan ini menyebabkan konsumen memilih untuk meniru atau membeli barang palsu dari merek tersebut.¹³

Pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab memanfaatkan budaya masyarakat tersebut, mereka menganggapnya sebagai peluang yang menguntungkan. Tingginya permintaan terhadap merek terkenal mendorong pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab kerap memproduksi barang tiruan atau palsu, merugikan pemilik merek asli serta konsumen. Produk-produk ini dipasarkan dengan harga lebih murah dan kualitas yang lebih rendah guna menarik minat konsumen dalam jumlah besar.

3. Faktor Regulasi

Pengaturan atau regulasi terhadap merek memegang peranan penting dalam memastikan bahwa penggunaan merek oleh para pelaku usaha berlangsung secara tertib dan sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku. Ketiadaan regulasi yang jelas dan tegas dapat membuka peluang bagi pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab untuk melakukan pelanggaran, seperti menggunakan merek milik orang lain tanpa izin, yang pada akhirnya menimbulkan praktik persaingan usaha yang tidak sehat. Oleh karena itu, keberadaan regulasi merek sangat dibutuhkan untuk memberikan perlindungan hukum yang kuat bagi pemilik merek, sehingga hak-hak mereka tidak disalahgunakan oleh pelaku usaha pesaing yang memiliki niat buruk dalam menjalankan usahanya.

4. Faktor Pengawasan

Kurangnya pengawasan dari Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Dirjen HKI) dalam proses pendaftaran merek menjadi salah satu penyebab meningkatnya kasus pelanggaran hak atas merek. Meskipun Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis telah menetapkan kategori merek yang tidak dapat didaftarkan, praktik pelanggaran tetap marak terjadi dan implementasinya masih

¹³ Khotimah, V. H., & Apriani, R. (2022). Faktor-faktor penyebab terjadinya pelanggaran hak merek berupa pemboncengan reputasi (*passing off*) merek terkenal ditinjau dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(20), 398-408. Hal 6-10.

menghadapi kendala. Tanpa pengawasan yang ketat, efektivitas aturan tersebut tidak dapat terjamin, sehingga berpotensi menimbulkan berbagai permasalahan baru dalam perlindungan hak merek. Selain itu, kelalaian dalam proses verifikasi sering kali menyebabkan merek yang seharusnya tidak memenuhi syarat tetap lolos dan terdaftar, yang pada akhirnya semakin memperumit upaya penegakan hukum. Penguatan sistem pengawasan menjadi langkah penting untuk memastikan perlindungan merek beroperasi sesuai dengan regulasi hukum yang telah ditetapkan.

C. Upaya Hukum Terhadap Pelanggaran Hak Merek Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis

Di Indonesia, mekanisme perlindungan merek diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Jika terjadi pelanggaran terhadap merek terkenal, pemiliknya memiliki dua opsi dalam menempuh upaya hukum: litigasi melalui jalur pengadilan atau non-litigasi yang dilakukan di luar proses peradilan.

1. Upaya Hukum Litigasi

Dalam penyelesaian sengketa atas pelanggaran hak merek, upaya hukum melalui jalur litigasi merupakan salah satu mekanisme yang bisa diupayakan oleh pihak yang terkena kerugian. Jalur litigasi ini terbagi ke dalam dua bentuk, yaitu melalui hukum pidana dan hukum perdata, di mana jalur perdata cenderung lebih sering digunakan, khususnya dalam kasus pelanggaran terhadap merek terkenal yang secara nyata menimbulkan Kerugian yang timbul dapat mencakup aspek materiil maupun immateriil bagi pemilik merek. Dalam konteks hukum perdata, ketentuan mengenai penyelesaian sengketa ini secara tegas diatur Pasal 76 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menetapkan dasar hukum bagi pihak yang mengalami kerugian akibat pendaftaran merek tertentu untuk mengajukan permohonan pembatalan merek. Proses pembatalan ini dilakukan melalui Pengadilan Niaga sebagai lembaga yang berwenang dalam menangani sengketa merek, yang memiliki kewenangan khusus dalam menangani perkara sengketa hak merek, termasuk terhadap merek terkenal yang belum terdaftar sekalipun.¹⁴

Selanjutnya, pemilik merek yang dirugikan juga dapat mengajukan gugatan perdata dengan tuntutan berupa ganti rugi dan/atau permintaan untuk menghentikan seluruh aktivitas penggunaan merek yang melanggar, sebagaimana diatur dalam Pasal 83 Undang-Undang yang sama. Pelaksanaan dari putusan tersebut hanya dapat dilakukan

¹⁴ Aldison, K. D., Sunarjo, S., & Djaja, H. (2021). Kajian yuridis tentang merek terkenal dan upaya hukum terhadap pelanggarannya. *Jurnal Cakrawala Hukum*, 12(1), 41-50. Hal 7-8.

setelah adanya keputusan hukum yang berkekuatan tetap dari Pengadilan Niaga. Namun, jika salah satu atau kedua pihak merasa tidak puas dengan putusan pengadilan, mereka berhak mengajukan kasasi ke Mahkamah Agung sebagai upaya hukum lanjutan. Apabila ketidakpuasan masih berlanjut setelah tahap kasasi, pihak terkait dapat menempuh permohonan peninjauan kembali, yang berfungsi sebagai mekanisme koreksi terhadap putusan yang telah memiliki kekuatan hukum tetap.

Upaya hukum melalui litigasi perdata dalam sengketa merek bukan hanya sekadar instrumen hukum untuk menyelesaikan konflik, tetapi juga merupakan upaya konkret dalam menegakkan keadilan dan melindungi hak kekayaan intelektual secara sah. Namun agar proses ini berjalan efektif, setiap tindakan hukum yang diambil harus sesuai dengan prosedur dan substansi hukum sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, sehingga terhindar dari risiko terjadinya cacat formil maupun cacat materiil yang dapat melemahkan posisi hukum pihak penggugat di hadapan pengadilan.

2. Upaya Hukum Non-Litigasi

Dalam penyelesaian sengketa merek, terdapat dua jalur utama yang dapat ditempuh, yaitu litigasi melalui proses pengadilan dan non-litigasi yang mencakup alternatif penyelesaian sengketa, salah satunya arbitrase. Pasal 93 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis mengakui arbitrase sebagai metode sah untuk menyelesaikan sengketa merek di luar pengadilan. Arbitrase dalam konteks ini merupakan mekanisme penyelesaian sengketa yang berujung pada kesepakatan tertulis antara para pihak. Prosesnya hanya dapat berlangsung apabila kedua belah pihak sepakat terlebih dahulu untuk menggunakan metode ini, sebagaimana dituangkan dalam perjanjian tertulis yang mengikat secara hukum. Dengan adanya pilihan arbitrase, pemilik merek memiliki alternatif yang lebih fleksibel dalam menyelesaikan sengketa, sehingga dapat menghindari prosedur pengadilan yang kompleks dan memakan waktu.

Dalam praktiknya, terdapat dua bentuk penyelesaian sengketa melalui arbitrase yang dapat dipilih oleh para pihak, yakni arbitrase sementara dan arbitrase berbasis lembaga. Arbitrase sementara bersifat fleksibel karena prosesnya disesuaikan dengan kesepakatan pihak yang bersengketa, sementara arbitrase berbasis lembaga dilakukan melalui institusi resmi yang memiliki prosedur dan regulasi yang telah ditetapkan. Arbitrase ad hoc menawarkan fleksibilitas lebih, karena memungkinkan para pihak untuk secara independen memilih arbiter, menentukan prosedur arbitrase, dan

mengatur struktur administratif arbitrase sesuai dengan kebutuhan mereka. Karakteristik dari arbitrase ad hoc adalah sifatnya yang lebih sementara dan tidak terikat oleh pengawasan lembaga tertentu, sehingga setiap tahapannya disesuaikan dengan kesepakatan para pihak yang bersengketa. Sebaliknya, arbitrase institusional melibatkan lembaga yang telah dibentuk secara permanen oleh suatu organisasi atau badan yang memiliki kewenangan untuk menangani sengketa, biasanya terkait dengan kontrak atau perjanjian tertentu. Lembaga ini bersifat permanen dan terorganisir dengan baik, sehingga memiliki prosedur dan aturan yang lebih terstruktur dalam menangani sengketa yang dihadapi oleh para pihak.

Dalam konteks sengketa merek terkenal di Indonesia, meskipun terdapat banyak kasus yang terjadi, penyelesaian melalui metode kekeluargaan atau jalur damai cenderung jarang dilakukan, mengingat merek merupakan aset yang sangat bernilai bagi pemiliknya, langkah hukum yang ditempuh oleh pemilik merek terkenal dapat dilakukan melalui litigasi di pengadilan maupun alternatif penyelesaian sengketa seperti arbitrase. berfungsi sebagai langkah perlindungan terhadap hak kekayaan intelektual mereka. Upaya ini memungkinkan para pihak untuk mencapai penyelesaian sengketa yang adil dan sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku, baik melalui proses pengadilan maupun melalui metode non-litigasi yang lebih fleksibel dan efisien.

KESIMPULAN

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menjadi dasar bagi perlindungan hukum atas hak merek. Untuk mencegah pelanggaran, diperlukan kesadaran hukum yang tinggi serta pemahaman yang komprehensif mengenai perlindungan dan hak merek dalam sistem hukum yang berlaku. Pemilik merek harus terus meningkatkan upaya penegakan hukum dan memberikan edukasi kepada masyarakat untuk mencegah pembelian barang atau produk palsu.

Pelanggaran merek di Indonesia disebabkan oleh berbagai faktor yang saling terkait, di antaranya adalah faktor ekonomi yang mendorong pelaku untuk mencari keuntungan dengan cara yang cepat dan murah, tanpa mempertimbangkan proses hukum atau etika yang seharusnya diikuti dalam penggunaan merek. Selain itu, faktor budaya masyarakat turut berperan, di mana masih banyak pihak yang belum sepenuhnya menyadari pentingnya merek sebagai identitas dan hak kekayaan intelektual yang harus dilindungi, serta terbatasnya pemahaman masyarakat terhadap peraturan dan hukum yang mengatur tentang merek. Faktor

regulasi juga mempengaruhi, karena belum adanya peraturan yang jelas dan tegas terkait dengan pelanggaran merek, yang membuat penegakan hukum terhadap pelanggaran merek menjadi lebih kompleks. Tidak kalah pentingnya adalah faktor pengawasan, di mana seringkali Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) dinilai kurang cermat dalam menyetujui permohonan pendaftaran merek yang diajukan tanpa itikad baik, sehingga memungkinkan merek terdaftar untuk dimanfaatkan secara tidak sah oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.

Pemilik merek terkenal di Indonesia memiliki hak untuk menempuh jalur hukum guna melindungi kepentingan mereka jika terjadi pelanggaran. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis mengatur mekanisme penyelesaian sengketa, yang dapat dilakukan melalui litigasi maupun non-litigasi. Dalam jalur litigasi, pemilik merek dapat mengajukan gugatan ke pengadilan, baik dalam ranah pidana maupun perdata. Gugatan perdata bisa mencakup tuntutan kompensasi serta permohonan penghentian penggunaan merek yang berpotensi merugikan pemilik sahnyanya. Di sisi lain, jalur non-litigasi menawarkan solusi penyelesaian sengketa di luar proses pengadilan, termasuk arbitrase, yang memberikan kesempatan bagi para pihak untuk mencapai kesepakatan tanpa harus melalui mekanisme peradilan formal. Pilihan ini memberikan fleksibilitas dalam menangani pelanggaran merek secara lebih efisien. Arbitrase ini memungkinkan para pihak untuk mencapai penyelesaian yang lebih cepat dan efisien tanpa melalui proses yang panjang di pengadilan. Adanya kedua jalur hukum ini, baik litigasi maupun non-litigasi, pemilik merek terkenal memiliki perlindungan hukum yang memadai untuk mempertahankan hak-haknya dan mencegah kerugian lebih lanjut yang dapat timbul akibat pelanggaran terhadap merek mereka.

DAFTAR PUSTAKA

ARTIKEL JURNAL

- Alamsyah, E., Oktobera, Y. A., & Susiswo, S. (2022). Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Merek Terdaftar Terhadap Pelanggaran Merek Menurut Ketentuan Hukum Merek Indonesia. *Journal de Facto*, 9(1), 18-30.
- Aldison, K. D., Sunarjo, S., & Djaja, H. (2021). Kajian yuridis tentang merek terkenal dan upaya hukum terhadap pelanggaran merek. *Jurnal Cakrawala Hukum*, 12(1), 41-50.
- Darmadi Duriyanto, Sugiarto dan Tony Sitinjak, “Strategi Menaklukan Pasar melalui Riset Ekuitas Perilaku Merek”, (Jakarta: gramedia Utama, 2001).
- David Young, Passing off the Law and Practice relating to the Immitation of Goods Bussinesess and Professions, Third Edition, (London: Longman, 1994), mengemukakan “*trading must not only be honest but must not even unintentionally be unfair*”.

- Hans, C., & Kansil, C. S. (2023). Analisis Bentuk Perlindungan Hukum Terhadap Penggunaan Merek pada Kelas Barang dan Jasa yang Sama. *UNES Law Review*, 6(2), 4163-4171.
- Harsono Adisumarto, Hak Milik Intelektual Khususnya Paten dan Merek, Hak Milik Perindustrian (Industri Property), Jakarta: Akademia Pressindo, 1990.
- Khotimah, V. H., & Apriani, R. (2022). Faktor-faktor penyebab terjadinya pelanggaran hak merek berupa pemboncengan reputasi (passing off) merek terkenal ditinjau dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(20), 398-408.
- Putra, I. M. D., TITAWATI, T., FEBRIYANI, A., & ARDIKA, G. T. (2022). Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Merek Di Indonesia. *Ganec Swara*, 16(2), 1739-1746.