

KEPASTIAN HUKUM PENGGUNAAN KATA UMUM "PUMA" DALAM PENDAFTARAN MEREK
(Studi Kasus Putusan Nomor 16/Pdt.Sus-HKI/Merek/2023/PN Niaga Jkt.Pst)Devi Adetya¹, Muh. Yassir Akbar Ramadhani²Email: 045174399@ecampus.ut.ac.id, muhammadyassirakbar@iainpalopo.ac.id¹Ilmu Hukum, Universitas Terbuka²Hukum Ekonomi Syariah, UIN Palopo

Abstract

A trademark is a part of intellectual property rights that plays an important role in the smooth flow and improvement of trade in goods or services. Legal protection for a trademark can be achieved through trademark registration. Trademark registration is intended to provide the trademark owner with rights to the trademark and a legal basis when their trademark is used or misused by irresponsible parties, especially for well-known trademarks. Trademark registration provides legal protection for the trademark owner if a trademark infringement dispute arises against the registered trademark. This study aims to determine how the legal protection for the "PUMA & Kucing Mejum" trademark and the legal consequences of the judge's decision in case Number 16/Pdt.Sus-HKI/2023/PN Niaga Jkt.Pst is reviewed from Law Number 20 of 2016 concerning Trademarks and Geographical Indications. The approach method used in this research is the normative juridical method with analytical descriptive research specifications. Based on the results of the research and discussion, it can be concluded that the decision of the Panel of Judges which granted the lawsuit for cancellation of the Defendant's "PUMA & Kucing Mejumping" trademark in accordance with the provisions stipulated in Article 21 paragraph (1) letter c and paragraph (3) of Law Number 20 of 2016 concerning Trademarks and Geographical Indications has provided legal protection for the well-known trademark "PUMA & Kucing Mejumping" owned by the Plaintiff. The legal consequence of the judge's decision is the elimination of a legal condition in the form of the deletion of the Defendant's "PUMA & Kucing Mejumping" trademark from the General Register of Trademarks announced in the Official Gazette by the Directorate General of Intellectual Property.

Keywords: Law, Trademark, PUMA

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 045174399, Ilmu Hukum Universitas Terbuka

Abstrak

Merek menjadi salah satu bagian dari hak kekayaan intelektual yang berperan penting bagi kelancaran dan peningkatan perdagangan barang atau jasa. Perlindungan hukum terhadap merek dapat dilakukan dengan pendaftaran merek. Pendaftaran merek ditujukan agar pemilik merek mendapatkan hak atas merek dan mempunyai dasar hukum ketika merek usahanya dipakai atau disalahgunakan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab, khususnya pada merek terkenal. Pendaftaran merek memberikan perlindungan hukum bagi pemilik merek apabila terhadap merek terdaftar timbul sengketa pelanggaran merek. Penelitian ditujukan untuk mengetahui bagaimana perlindungan hukum terhadap merek "PUMA & Kucing Melompat" dan akibat hukum atas putusan hakim dalam perkara Nomor 16/Pdt.Sus-HKI/2023/PN Niaga Jkt.Pst ditinjau dari Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ialah metode yuridis normatif dengan spesifikasi penelitian deskriptif analitis. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa putusan Majelis Hakim yang mengabulkan gugatan pembatalan merek "PUMA & Kucing Melompat" milik Tergugat sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam Pasal 21 ayat (1) huruf c dan ayat (3) Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis telah memberikan perlindungan hukum terhadap merek terkenal "PUMA & Kucing Melompat " milik Penggugat. Akibat hukum atas putusan hakim adalah peniadaan suatu keadaan hukum berupa pencoretan merek "PUMA & Kucing Melompat" milik Tergugat dari Daftar Umum Merek yang diumumkan dalam Berita Resmi oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual.

Kata Kunci: Hukum, Merek, PUMA

PENDAHULUAN

Hak Kekayaan Intelektual (HKI) merupakan suatu hak yang dimiliki oleh manusia untuk menikmati hasil kreativitas intelektualnya secara ekonomis (Sudaryat (et, 2010). Hasil dari intelektualitas yang bernilai ekonomi tersebut penting untuk dilindungi agar memberikan rasa keadilan bagi pemiliknya (Sinuraya, 2019). Kekayaan intelektual adalah suatu hak eksklusif yang diberikan oleh negara, artinya hak ini bersifat khusus dan hanya diberikan kepada kreator atas usahanya dalam membuat suatu kreasi. Hal tersebut karena dalam menciptakan suatu kekayaan

intelektual diperlukan waktu, energi, dan biaya yang harus dikorbankan oleh kreator. Dengan pengorbanan tersebut juga kekayaan intelektual menjadi hal yang berharga dan bernilai, sehingga dalam dunia usaha kekayaan intelektual ini dapat dianggap sebagai aset Perusahaan (Hidayah, 2017).

Merek merupakan salah satu rezim dalam kekayaan intelektual yang memiliki pengaruh cukup besar terhadap suatu bisnis atau perdagangan. Seperti yang diketahui, saat ini teknologi sedang mengalami perkembangan yang cukup pesat sehingga perdagangan pun mengalami kemajuan, yang mana kini kegiatan jual beli dapat dilakukan dimanapun dengan memanfaatkan media elektronik dan internet tanpa harus bertatap muka secara langsung. Hal tersebut senyatanya mengakibatkan merek menjadi sesuatu yang krusial bagi seseorang untuk membedakan suatu barang atau jasa yang satu dengan barang atau jasa yang lain (Rizkia & Fardiansyah, 2022).

Berdasarkan UU Merek dan Indikasi Geografis, tidak semua merek dapat didaftarkan dan memperoleh hak atas merek. Pasal 20 UU Merek dan Indikasi Geografis menjelaskan bahwa suatu merek tidak dapat didaftarkan apabila bertentangan dengan ideologi negara, hanya menyebutkan nama barang atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya, mengandung elemen yang bisa menyesatkan masyarakat, mengandung keterangan yang tidak sesuai dengan sebenarnya, tidak mempunyai daya pembeda, dan merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum.

Pelanggaran merek akhir-akhir ini sering terjadi akibat semakin ketatnya persaingan usaha, salah satunya pelanggaran yang menyangkut merek terkenal. Merek terkenal merupakan makna dari suatu merek yang secara umum di kenal secara luasa dalam masyarakat. Hal ini sangat merugikan pihak pemilik merek terkenal baik itu dalam kategori sejenis maupun tidak sejenis. Karena reputasi yang dimiliki oleh merek terkenal bisa rusak dengan munculnya produk dalam kategori yang sama atau kategori lain yang mengakibatkan tersesatnya konsumen. Merek terkenal sangat menjaga reputasinya karena konsumen sudah lebih dulu mengenal produk tersebut sehingga ruang lingkup yang dijaga bukan hanya sekedar merek tetapi mencakup reputasi penggunaan merek (goodwill), lambang kualitas, sarana mutu, dengan jaminan menghasilkan mutu besar, walaupun dengan harga yang cukup tinggi.

METODE PENELITIAN

Penelitian analisis pembatalan merek dagang puma menggunakan metode yuridis normatif. Penelitian hukum normatif juga mengacu kepada aturan- aturan hukum, norma norma hukum yang terdapat baik di dalam ketentuan peraturan perundang-undangan maupun di dalam

putusan pengadilan. Sifat dari penelitian ini adalah deskriptif, Ronald Dworkin menyatakan bahwa penelitian ini seperti juga disebut sebagai penelitian doktrinal (doctrinal research), yaitu suatu penelitian yang menganalisis hukum baik yang tertulis di dalam buku (law as it written in the book), maupun hukum yang diputuskan oleh hakim melalui proses pengadilan (law as it decided by the judge through judicial process).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kepastian Hukum Terdaftar Kata PUMA Menjadi Merek

Di Indonesia, pendaftaran merek menganut “first to file system” (sistem konstitutif), sebagaimana diatur dalam Pasal 3 dan Pasal 20-21 UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Artinya bahwa hak eksklusif atas merek lahir setelah didaftarkan dan mendapatkan sertifikat merek dari Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI). Jika kata “PUMA” telah terdaftar, maka pemiliknya memperoleh kepastian hukum berupa hak eksklusif untuk menggunakan merek tersebut dalam kegiatan perdagangan. melarang pihak lain menggunakan merek sama atau serupa pada barang/jasa sejenis.

PUMA memiliki kepastian hukum yang kuat sebagai merek terdaftar dan terkenal di Indonesia. Perlindungan hukum ini didasarkan pada sistem pendaftaran merek di Indonesia yang bersifat konstitutif, di mana hak eksklusif atas merek diberikan kepada pihak yang mendaftar pertama kali.

Berikut rincian mengenai kepastian hukum merek PUMA di Indonesia:

- a. Sistem Konstitutif: Indonesia menganut sistem konstitutif dalam pendaftaran merek, yang berarti pendaftaran merek adalah syarat mutlak untuk mendapatkan perlindungan hukum. PUMA SE (perusahaan Jerman) telah mendaftarkan mereknya di Indonesia sejak lama, memberikan dasar hukum yang sah atas kepemilikan merek tersebut.
- b. Status Merek Terkenal: PUMA diakui sebagai merek terkenal secara global dan di Indonesia. Merek terkenal mendapatkan perlindungan hukum yang lebih kuat, bahkan terhadap pendaftaran merek lain yang memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya untuk barang/jasa sejenis, atau yang dapat menimbulkan kesan adanya hubungan afiliasi.
- c. Yurisprudensi Gugatan: Kepastian hukum PUMA juga didukung oleh berbagai putusan pengadilan di Indonesia yang memenangkan PUMA dalam sengketa merek. Dalam beberapa kasus, PUMA berhasil menggugat pihak lokal yang menggunakan nama serupa, seperti kasus PUMA vs PUMADA atau PUMA vs merek obat nyamuk PUMA, menunjukkan pengakuan hukum yang kuat terhadap merek PUMA yang asli. Pengadilan Tinggi Delhi (sebagai contoh

perbandingan hukum internasional yang relevan) juga pernah memutuskan untuk melarang pihak lain memproduksi atau menjual barang dengan merek dagang PUMA.

- d. Entitas Terdaftar: Situs web PUMA di Indonesia dioperasikan oleh PT Puma Sports Indonesia, yang menunjukkan keberadaan legal dan operasional perusahaan di yurisdiksi Indonesia.

Secara keseluruhan, pendaftaran dan status merek terkenal PUMA memberikan kepastian hukum yang substansial bagi pemilik merek tersebut di Indonesia, memungkinkannya untuk mengambil tindakan hukum terhadap pelanggaran atau penggunaan merek tanpa izin.

Perlindungan Preventif/Represif Hak Merek PUMA

PUMA sebagai merek terkenal internasional menerapkan perlindungan preventif melalui pendaftaran merek dan perlindungan represif melalui jalur hukum seperti gugatan perdata atau tuntutan pidana terhadap pelanggaran merek di Indonesia.

a. Perlindungan Preventif

- **Pendaftaran Merek:** PUMA SE (pemilik merek dari Jerman) mendaftarkan mereknya, termasuk nama "PUMA" dan logo "kucing melompat", ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) Indonesia di berbagai kelas barang dan jasa, seperti pakaian, alas kaki, peralatan olahraga, dan lainnya. Pendaftaran ini memberikan hak eksklusif kepada PUMA dan menjadi bukti kepemilikan yang sah secara hukum.
- **Status Merek Terkenal (Well-Known Mark):** PUMA memanfaatkan statusnya sebagai merek terkenal. Dalam hukum merek di Indonesia, merek terkenal mendapatkan perlindungan lebih, di mana permohonan pendaftaran merek lain yang memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek terkenal akan ditolak, terutama jika dapat menimbulkan persepsi keliru di mata masyarakat atau mendompleng reputasi.

b. Perlindungan Represif

Perlindungan represif dilakukan setelah terjadi pelanggaran atau sengketa merek. PUMA aktif menggunakan jalur ini melalui:

- **Gugatan Perdata:** PUMA sering mengajukan gugatan perdata ke Pengadilan Niaga untuk membatalkan merek lokal yang dianggap meniru atau memiliki persamaan dengan merek PUMA. Contoh kasus melibatkan PUMA melawan merek lokal "PUMADA" di mana putusan pengadilan sempat menolak gugatan PUMA, namun pada tingkat kasasi di Mahkamah Agung, putusan dapat bervariasi tergantung interpretasi hakim.

- Tuntutan Pidana: Selain gugatan perdata, pelanggaran merek juga dapat dituntut secara pidana sesuai Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, meskipun gugatan perdata lebih sering digunakan dalam sengketa antar perusahaan.
- Penyelesaian Sengketa: PUMA juga terlibat dalam kasus-kasus spesifik lainnya, seperti gugatan terhadap produsen kertas ampelas besi yang menggunakan merek dan logo PUMA, di mana PUMA berhasil memenangkan gugatan tersebut. Kasus lain yang menonjol adalah gugatan PUMA terhadap merek obat nyamuk PUMA asal Indonesia.

Secara keseluruhan, perlindungan hukum yang dilakukan PUMA mencakup kombinasi strategi pendaftaran yang cermat dan tindakan hukum yang tegas terhadap pihak-pihak yang mencoba mengambil keuntungan dari reputasi mereknya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Terdaftar merek PUMA memberikan kepastian hukum berupa hak eksklusif, perlindungan dari peniruan, perlindungan selama 10 tahun, dan menjadi bukti hukum yang sah. Perlindungan preventif meliputi pendaftaran, pemeriksaan substantif, mekanisme keberatan, lisensi, serta pengawasan. Perlindungan represif mencakup gugatan perdata, sanksi pidana, penarikan barang palsu, serta penyelesaian sengketa. Status Hukum Kata "PUMA" sebagai Merek Terkenal: Meskipun kata "puma" secara harfiah merupakan nama hewan (kata umum), merek "PUMA" telah diakui secara luas sebagai merek terkenal, khususnya di kelas barang-barang olahraga. Berdasarkan Pasal 21 ayat (1) huruf a Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, merek terkenal berhak mendapatkan perlindungan hukum yang lebih kuat dan penolakan pendaftaran jika ada persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya, bahkan untuk barang/jasa yang tidak sejenis (dalam konteks tertentu). Kepastian hukum bagi pemilik merek PUMA SE timbul dari reputasi yang dibangun melalui promosi gencar dan investasi global, yang mengesampingkan sifat keumumannya.

Bagi Pemerintah (Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual) diharapkan dapat lebih teliti dan konsisten dalam melakukan verifikasi pendaftaran merek, terutama yang mengandung kata umum atau nama hewan yang berpotensi menjadi merek terkenal. Pedoman yang lebih jelas mengenai kriteria merek terkenal dan penolakan pendaftaran merek yang tidak beritikad baik perlu disosialisasikan secara berkala kepada masyarakat dan pelaku usaha melalui pelatihan atau *workshop*.

DAFTAR PUSTAKA

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.
Peraturan Pemerintah No. 28 Tahun 2019 tentang Jenis dan Tarif atas Penerimaan Negara Bukan Pajak yang Berlaku pada Kemenkumham.

Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI), "Panduan Pendaftaran Merek", Kemenkumham RI.

Oksidelfa Yanto. *Hukum Kekayaan Intelektual - Hak Cipta, Merek, Paten, dan Perlindungan Indikasi Geografis*. 2020.

Sudaryat, Yayan. *Hukum Merek: Teori dan Praktik di Indonesia*. Bandung: PT. Refika Aditama, 2018.

Rahmi Jened. *Hukum Merek dalam Era Globalisasi*, Jakarta: Kencana Prenada Media, 2015.

Indriatmoko, P. "Perlindungan Hukum Terhadap Pemilik Merek Terdaftar di Indonesia", *Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM*, 2020.

Sari, L. "Analisis Yuridis Terhadap Pelanggaran Merek di Indonesia". *Jurnal Ilmu Hukum*, 2021.