

Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terdaftar Ditinjau Menurut Hukum Merek Di Indonesia

Ririn Kurniasih, Dyah Ersita Yustanti

Fakultas Hukum Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini menguraikan, pertama : Mengapa perlu adanya perlindungan hukum terhadap merek terdaftar dari tindakan peniruan atau pemboncengan merek terdaftar ?. Kedua : Bagaimana implementasi undang-undang di bidang merek dalam penanganan kasus-kasus pelanggaran merek terdaftar di Indonesia ?. Penelitian ini menggunakan metode penelitian yuridis normatif, dengan berdasarkan pada bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier. Hasil penelitian sebagai berikut, pertama : Perlindungan hukum terhadap merek terdaftar diperlukan, karena pada merek terdaftar biasanya melekat reputasi dan sudah terkenal. Sehingga membuat pihak-pihak yang beritikad tidak baik mendompleng atau membonceng ketenaran merek yang sudah terdaftar. Kedua : Implementasi undang-undang merek pada kasus-kasus pelanggaran merek terdaftar, dilakukan melalui perlindungan hukum secara preventif dan perlindungan hukum secara represif. Perlindungan hukum preventif, dilakukan melalui pendaftaran merek. Sedangkan perlindungan hukum represif, dilakukan melalui penyelesaian di lembaga peradilan.

Kata Kunci : Hak Kekayaan Intelektual, Merek, Perlindungan Hukum

ABSTRACT

The purpose of this study describes, first: Why is there a need for legal protection of registered trademarks from imitation or pillage of registered trademarks?. Second: How is the implementation of the law in the field of trademarks in handling cases of infringement of registered marks in Indonesia?. This study uses a normative juridical research method, based on primary legal materials, secondary legal materials and tertiary legal materials. The results of the study are as follows, first: Legal protection for registered marks is needed, because registered trademarks are usually reputable and well-known. So that it makes parties with bad intentions to ride or ride the fame of a registered brand. Second: The implementation of the trademark law in cases of registered trademark infringement is carried out through preventive legal protection and repressive legal protection. Preventive legal protection is carried out through trademark registration. Meanwhile, repressive legal protection is carried out through settlement in the judiciary.

Keywords: Intellectual Property Rights, Brand, Legal Protection

A. Latar Belakang Masalah

Merek sebagai bagian dari hak kekayaan intelektual, sangat penting dalam dunia usaha dan perdagangan. Keberadaan merek sangat penting dalam dunia usaha, karena publik sering mengaitkan suatu kualitas atau reputasi barang dan jasa dengan merek tertentu. Sehingga sebuah merek dapat menjadi kekayaan yang sangat berharga secara komersial bagi pemiliknya. Selain itu, merek adalah asset ekonomi bagi pemiliknya, baik perseorangan maupun perusahaan yang dapat menghasilkan keuntungan besar, jika didayagunakan dengan memperhatikan aspek bisnis dan manajemen yang baik.³

Keberadaan merek sebagai bagian dari hak kekayaan intelektual, bermula pada sekitar abad pertengahan di Eropa saat perdagangan dengan dunia luar mulai berkembang, yang berguna untuk menunjukkan asal produk bersangkutan. Setelah dikenal metode produksi massal dan jaringan distribusi yang lebih luas, fungsi merek berkembang menjadi seperti yang dikenal sekarang ini.⁴

Seiring dengan pesatnya perkembangan perdagangan barang dan jasa antar negara, diperlukan adanya pengaturan

yang bersifat internasional yang memberikan jaminan perlindungan dan kepastian hukum di bidang merek.

Pada Tahun 1883 berhasil disepakati *Paris Convention for The Protection of Industrial Property* (Paris Convention), yang di dalamnya mengatur mengenai perlindungan terhadap merek. Selanjutnya konvensi tersebut disusul dengan Perjanjian Madrid dan Konvensi Hague serta Perjanjian Lisabon. Dari seluruh konvensi tersebut yang menjadi dasar perlindungan merek adalah konvensi Paris.⁵

Terkait dengan konvensi tersebut, di Indonesia terdapat Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 Tentang Merek Perusahaan dan Merek Perniagaan, sebagai pengganti *Reglement Industriale Eigendom Kolonien Stb. 1912 Nomor 545 jo. Stb. 1913 Nomor 214* yang mengatur tentang merek. Pada masa berlakunya Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 Tentang Merek Perusahaan dan Merek Perniagaan, banyak terjadi perubahan dan perkembangan dalam dunia perdagangan, menyangkut norma dan tatanan dagang.

Perubahan tersebut menyebabkan konsepsi yang tertuang dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 Tentang Merek Perusahaan dan Merek Perniagaan, tertinggal jauh dengan perkembangan dunia usaha. Sehingga untuk mengantisipasi perkembangan

³ Tim Lindsey, *Hak Kekayaan Intelektual, Suatu Pengantar*, Bandung : Alumni, 2007, hlm.21

⁴ Rachmadi Usman, *Hak Atas Kekayaan Intelektual, Perlindungan dan Dimensi Hukumnya*, Bandung : Alumni, 2007, hlm.35

⁵ *Ibid*, hlm.35

tersebut, Pemerintah kemudian mengganti

Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 Tentang Merek Perusahaan dan Merek Perniagaan dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 Tentang Merek, yang mulai berlaku pada tanggal 1 April 1993.

Penggantian Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 Tentang Merek Perusahaan dan Merek Perniagaan dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 Tentang Merek adalah sangat beralasan, karena sebagai negara penandatangan persetujuan umum tentang tarif dan perdagangan (*General Agreement On Tarif and Trade*) dalam Putaran Uruguay (*Uruguay Round*), Indonesia harus meratifikasi paket persetujuan tersebut. Pemerintah kemudian membuat kebijakan baru, yaitu dengan melakukan perubahan dan penyempurnaan terhadap Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1994 Tentang Ratifikasi Persetujuan Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia (*Agreement Establishing The World Trade Orgnization*).⁶

Berdasarkan pertimbangan tersebut, Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 Tentang Merek, kemudian diubah dengan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997 Tentang Merek dan disempurnakan lagi dengan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek. Tujuan dari perubahan undang-undang merek

tersebut adalah untuk mengakomodasi ketentuan-ketentuan yang sudah menjadi komitmen Internasional mengenal hak kekayaan intelektual. Dimana perubahan atau penyempurnaan undang-undang tersebut pada dasarnya diarahkan untuk menyesuaikan dengan Konvensi Paris (*Paris Convention For The Protection Of Industriale Property*) dan ketentuan-ketentuan yang terdapat dalam Persetujuan TRIPs (*Trade Releated Aspects Of Intellectual Property Right Including Trade In Counterfeit Goods*) atau aspek-aspek dagang yang terkait dengan hak kekayaan intelektual.⁷

Dalam perkembangan selanjutnya, Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek diganti dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Penggantian tersebut berdasarkan pada pertimbangan, bahwa merek mempunyai peran penting dalam era globalisasi. Selain itu, perkembangan teknologi dan transformasi telah menjadikan kegiatan di sektor perdagangan meningkat secara pesat, yang memerlukan sistem pengaturan yang lebih memadai di bidang merek.⁸

Dari penjelasan tersebut terlihat, bahwa undang-undang pertama yang mengatur tentang merek di Indonesia adalah Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 Tentang Merek Perusahaan

⁶ R.Djubaedillah, *Sejarah dan Teori Hak Milik Intelektual*, Bandung : Citra Aditya Bakti, 2012, hlm.14

⁷ *Ibid*, hlm,14.

⁸ Penjelasan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis

dan Merek Perniagaan, yang kemudian diganti dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 Tentang Merek. Selanjutnya Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 Tentang Merek, diganti dengan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997 Tentang Merek. Selanjutnya Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997 Tentang Merek, diganti dengan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek. Terakhir Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek, diganti dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Dengan adanya adanya undang-undang merek yang baru, maka dalam Pasal 1 ayat (5) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, disebutkan : Hak atas merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam daftar umum merek untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya.⁹

Berdasarkan pengaturan tersebut dalam Ketentuan Umum Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, diatur bentuk-bentuk merek sebagai berikut :¹⁰

1. Merek Dagang adalah merek yang digunakan pada barang

yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang-barang sejenis lainnya.

2. Merek Jasa adalah merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa-jasa sejenis lainnya.
3. Merek Kolektif adalah merek yang digunakan pada barang atau jasa dengan karakteristik yang sama yang diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang atau jasa sejenis lainnya.

Berdasarkan bentuk-bentuk merek tersebut, maka ciri spesifik dari merek adalah bahwa reputasi dari sebuah merek, tidak terbatas pada produk tertentu atau jenis-jenis tertentu saja. Sebagai contoh, merek Marlboro misalnya, tidak hanya digunakan sebagai produk rokok, tetapi juga digunakan pada merek pakaian. Demikian juga dengan merek Panther, tidak hanya untuk nama kendaraan, tetapi juga digunakan pada merek produk minuman.¹¹

Dari penjelasan tersebut terlihat, bahwa merek mempunyai peranan penting bagi kelancaran dan peningkatan perdagangan suatu produk atau barang dalam kegiatan perdagangan atau asset

⁹ Pasal 1 ayat (5) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis

¹⁰ Ketentuan Umum Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis

¹¹ Rachmadi Usman, *Opcit*, Hlm.62

perusahaan. Dimana merek dengan brand imagenya dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan merupakan jaminan kualitas dari suatu produk atau barang. Sebab merek sebagai asset perusahaan, dapat menghasilkan keuntungan besar apabila didayagunakan dengan memperhatikan aspek bisnis dan pengelolaan yang baik. Demikian pentingnya merek dalam dunia bisnis, sehingga diperlukan perlindungan hukum terhadap merek terkait dengan hak-hak perseorangan atau badan hukum selaku pemilik merek tersebut.

Perlindungan hukum terhadap merek diperlukan, karena dalam dunia usaha atau perdagangan, merek adalah salah satu wujud karya intelektual yang mempunyai peran penting dan menentukan bagi suatu perusahaan. Selain itu, merek juga mengandung aspek hukum bagi pemilik, karena merupakan tanda dan jaminan kualitas dari suatu produk bagi masyarakat selaku konsumen yang menggunakan merek tersebut.¹²

Sebagai suatu tanda dan jaminan kualitas suatu produk, maka pelanggaran terhadap merek yang sudah terdaftar, tidak hanya merugikan pemilik atau pemegang merek, tetapi juga merugikan masyarakat selaku konsumen. Dimana tindakan pelanggaran terhadap merek yang sudah terdaftar tersebut dilakukan para pihak dengan berbagai alasan, yang salah satunya adalah agar

produknya mudah dijual di pasaran.

Pelanggaran terhadap merek terdaftar, misalnya dilakukan dengan memasang merek, logo dan bahan yang persis sama dengan aslinya. Dimana pelanggaran penggunaan merek yang sudah terdaftar sekarang ini sudah marak dan menimbulkan kesalahan persepsi di masyarakat, sekaligus merugikan pemilik atau pemegang merek terdaftar.

Pemakaian merek terdaftar tanpa seijin pemilik merek terdaftar, dapat dilihat pada contoh-contoh kasus sebagai berikut :

1. Putusan Perkara Nomor 25/Pid.B/2012/PN.RAP, tentang penjualan pupuk dengan menggunakan merek Meroke Mop, yang terjadi di Pengadilan Negeri Rantauprapat, Medan.
2. Putusan Perkara Nomor 177 K/Pid.Sus/2015, tentang penjualan kaca mata yang menggunakan merek Bomia, terjadi di Pengadilan Negeri Jakarta Utara, yang dilakukan oleh Khoe Lie Tjiau alias Lily.
3. Putusan Perkara Nomor 354/Pid.Sus/2016/PN Yyk, tentang penjualan minyak wangi merek Argeville, yang terjadi di Pengadilan Negeri Jakarta Yogyakarta dan dilakukan oleh Nofri Andi alias Andi.
4. Putusan Perkara Nomor 60/Pdt.Sus-Merek/2019/PN.Niaga. Jkt.Pst., tentang penjualan

¹² Adrian Sutedi, *Hak Atas Kekayaan Intelektual*, Jakarta : Sinar Grafika, 2012, hlm.37

tutup kepala merek Buff, yang terjadi di Pengadilan Negeri Niaga, Jakarta Pusat.

Berdasarkan uraian dan contoh kasus tersebut terlihat, bahwa dalam kegiatan perdagangan sampai sekarang masih ada pelanggaran terhadap merek-merek terdaftar. Pelanggaran tersebut dilakukan semata-mata untuk meraup keuntungan, dengan membongceng ketenaran merek terkenal. Hal tersebut menarik minat penulis untuk membahasnya dalam penelitian ini, dengan mengambil judul penelitian : **Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terdaftar Ditinjau Menurut Hukum Merek Di Indonesia.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengapa perlu adanya perlindungan hukum terhadap merek terdaftar dari tindakan peniruan atau pembongcengan merek terdaftar ?
2. Bagaimana implementasi undang-undang di bidang merek dalam penanganan kasus-kasus pelanggaran merek terdaftar di Indonesia ?

C. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan yuridis normatif.

Metode pendekatan yuridis normatif adalah suatu metode

pendekatan penelitian yang dilakukan dengan menyoroti permasalahan berdasarkan aspek hukum yang berlaku.

D. Pembahasan

1. Perlunya perlindungan hukum terhadap merek terdaftar dari tindakan peniruan atau pembongcengan

Perlindungan hukum terhadap merek terdaftar pertama kali diatur dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 Tentang Merek Perusahaan dan Merek Perniagaan. Ketentuan tersebut tertuang dalam Pasal 2 ayat (1) Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961, yang menganut sistem pendaftaran merek secara deklaratif. Sistem pendaftaran deklaratif, merupakan sistem pendaftaran merek yang akan memberikan perlindungan hukum kepada pemakai merek pertama. Dalam arti, jika di kemudian hari ternyata ada bukti bahwa pihak lain sebagai pemakai merek pertama, maka merek tersebut tidak akan mendapat perlindungan hukum.¹³

Perlindungan hukum terhadap merek melalui sistem pendaftaran deklaratif yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 tersebut, kemudian diganti dengan dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 Tentang Merek. Dengan penggantian tersebut, sistem pendaftaran merek yang semula deklaratif oleh Undang-Undang

¹³ Insan Budi Maulana, *Perlindungan Merek Terkenal Di Indonesia Dari Masa Ke Masa*, Bandung : Citra Aditya Bakti, 2009, hlm.36

Nomor 19 Tahun 1992 diganti dengan sistem pendaftaran konstitutif. Sistem pendaftaran merek secara konstitutif, merupakan sistem pendaftaran yang menentukan bahwa hak atas merek ada, setelah dilakukan pendaftaran terhadap merek tersebut.¹⁴

Keberadaan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 kemudian diubah dengan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 Tentang Merek, yang undang-undang ini kemudian diganti dengan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek. Selanjutnya Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001, diganti dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Berdasarkan penggantian tersebut dan sejak berlakunya Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 dan disempurnakan lagi dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan hukum terhadap merek yang semula mengacu pada sistem pendaftaran secara deklaratif, kemudian diganti dengan sistem pendaftaran secara konstitutif. Dimana menurut sistem pendaftaran merek secara konstitutif, bahwa hak atas merek ada, setelah dilakukan pendaftaran merek.

Menurut sistem pendaftaran konstitutif yang diatur

dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, maka pendaftaran merek adalah merupakan syarat dan satu-satunya cara untuk mendapatkan perlindungan hukum. Ketentuan tersebut diatur dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, yang berbunyi : Hak atas merek diperoleh setelah merek tersebut terdaftar.¹⁵

Selain harus memenuhi syarat-syarat tersebut, Pasal 20 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 menentukan bahwa pendaftaran merek tidak boleh mengandung unsur-unsur, yaitu :¹⁶

1. Bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan atau ketertiban umum.
2. Sama dengan, berkaitan dengan atau hanya menyebut barang dan atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya.
3. Memuat unsur yang dapat menyesatkan masyarakat tentang asal, kualitas, jenis, ukuran, macam, tujuan penggunaan barang dan atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya, atau merupakan nama varietas tanaman yang dilindungi untuk barang dan atau jasa yang sejenis.
4. Memuat keterangan yang tidak sesuai dengan kualitas, manfaat

¹⁵ Pasal 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis

¹⁶ Pasal 20 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis

¹⁴ *Ibid*, hlm.36

atau khasiat dari barang dan/atau jasa yang diproduksi.

5. Tidak memiliki daya pembeda.
6. Merupakan nama umum atau lambang milik umum.

Selain ketentuan tersebut syarat pendaftaran merek juga diatur dalam Pasal 21 ayat (3) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, yang menyebutkan : Permohonan pendaftaran merek akan ditolak jika diajukan oleh pemohon yang beritikad tidak baik.¹⁷ Menurut Penjelasan Pasal 21 ayat (3) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, menyebutkan : Dimaksud dengan pemohon yang beritikad tidak baik adalah pemohon yang patut diduga dalam mendaftarkan mereknya memiliki niat untuk meniru, menjiplak atau mengikuti merek pihak lain demi kepentingan usahanya yang menimbulkan kondisi persaingan usaha tidak sehat, mengecoh atau menyesatkan konsumen.¹⁸

Berdasarkan ketentuan tersebut hasil penelitian menunjukkan, bahwa suatu merek tidak dapat didaftarkan atau ditolak pendaftarannya apabila :

1. Bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, moralitas agama, kesusilaan dan ketertiban umum.
2. Merek mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek pihak lain yang sudah terdaftar lebih dahulu untuk barang atau jasa yang sejenis.
3. Merek mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek yang sudah terkenal milik pihak lain untuk barang atau jasa sejenis sepanjang memenuhi syarat yang ditetapkan.
4. Merek mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan indikasi geografis yang sudah dikenal.
5. Merek merupakan atau menyerupai nama orang terkenal, foto atau nama badan hukum yang dimiliki orang lain, kecuali atas persetujuan tertulis dari yang berhak.
6. Merek merupakan tiruan atau menyerupai nama atau singkatan nama, bendera, lambang atau simbol lembaga nasional maupun internasional, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak berwenang.
7. Merek tidak memiliki daya pembeda.
8. Merek telah menjadi milik umum.
9. Merek merupakan keterangan atau tanda yang berkaitan dengan barang atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya.
10. Merek didaftarkan oleh pemohon yang beritikad tidak baik.

Dari pembahasan tersebut terlihat, bahwa pendaftaran merek sangat penting karena sebagai salah satu syarat untuk memperoleh perlindungan hukum sebagaimana yang diatur

¹⁷ Pasal 21 ayat (3) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis

¹⁸ Penjelasan Pasal 21 ayat (3) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis

dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016. Perlindungan hukum tersebut diperlukan, karena pada merek terdaftar biasanya melekat reputasi yang membuat pihak-pihak yang beritikad tidak baik untuk mendompleng atau membongceng ketenaran merek yang sudah terdaftar.

Perbuatan tersebut dikenal dengan istilah *passing off*, yaitu tindakan atau perbuatan yang dilakukan seseorang dengan cara membongceng ketenaran merek yang sudah terdaftar dan dikenal masyarakat. Dimana perbuatan tersebut dilakukan dengan membongceng reputasi merek terkenal, seakan-akan produknya merupakan produk merek terkenal tersebut. Sehingga merek terkenal sering menjadi objek *passing off*, karena adanya reputasi atau nama baik dari merek tersebut.¹⁹

Tindakan *passing off* adalah berupa perbuatan-perbuatan sebagai berikut :²⁰

1. Menyajikan barang atau jasa, seolah-olah barang atau jasa tersebut milik pihak lain.
2. Menjalankan produk atau jasa, seolah-olah mempunyai hubungan dengan barang atau jasa milik pihak lain.

Dalam hukum merek, termasuk *passing off* harus memenuhi unsur-unsur sebagai berikut :²¹

1. Adanya reputasi, yaitu adanya reputasi bisnis yang baik di

mata publik dan dikenal oleh umum.

2. Adanya mis representasi, yaitu jika ada pihak lain mendompleng merek yang sama, publik akan terkecoh (*misleading*) atau terjadi kebingungan (*confusion*) dalam memilih produk tersebut.
3. Adanya kerugian yang timbul, yaitu karena adanya tindakan pembongcengan yang dilakukan pihak lain yang mengakibatkan masyarakat keliru memilih produk (*public misleading*).

Tindakan *passing off* sebagaimana tersebut di atas, hanya berlaku negara-negara yang menganut sistem hukum *common law* seperti Australia, Inggris, Malaysia maupun Amerika Serikat dan tergolong sebagai perbuatan melawan hukum (*action for tort of passing off*), yang berkembang sebagai bentuk persaingan curang (*unfair competition*) dengan membongceng merek terkenal.²² Pengaturan mengenai *passing off* yang berlaku pada negara-negara yang menganut sistem hukum *common law* seperti Australia, Inggris maupun Amerika Serikat tersebut, tidak dapat diterapkan pada negara-negara yang menganut sistem hukum *civil law*, termasuk Indonesia. Hal itu terjadi, karena Indonesia menganut sistem hukum *civil law* atau sistem hukum Eropa Kontinental, yang mendasarkan hukum yang berlaku pada peraturan-peraturan tertulis atau undang-undang, bukan pada pendapat hakim. Sehingga

¹⁹ Casavera, *Sengketa Merek di Indonesia Suatu Tinjauan Yuridis*, Yogyakarta : Graha Ilmu, 2011, hlm.42

²⁰ *Ibid*, hlm.43

²¹ *Ibid*, hlm.44

²² *Ibid*, hlm.44

masalah *passing off* pada merek tidak terdaftar, tidak dapat diterapkan di Indonesia dan tidak diatur secara khusus dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016.

Berdasarkan pembahasan tersebut hasil penelitian menunjukkan, bahwa masalah *passing off* meskipun tidak diatur secara khusus dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, tetapi perbuatan tersebut disamakan dengan melakukan pendaftaran merek yang mengandung unsur persamaan pada pokoknya atau adanya unsur persamaan secara keseluruhan. Ketentuan tersebut diatur dalam Pasal 21 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, yang menyebutkan : Permohonan pendaftaran merek harus ditolak apabila merek tersebut :

1. Mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek milik pihak lain yang sudah terdaftar lebih dahulu untuk barang atau jasa sejenis.
2. Mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek yang sudah terkenal milik pihak lain untuk barang atau jasa sejenis.
3. Mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan indikasi geografis yang sudah dikenal.

Berdasarkan ketentuan tersebut, maka persamaan pada pokoknya mempunyai pengertian lebih luas dan fleksibel, dibanding *passing off*. Sebab untuk menentukan adanya persamaan pada pokoknya atau secara

keseluruhan atas suatu merek, tidak perlu semua unsur harus sama, tetapi cukup beberapa unsur saja yang relevan dan identik atau sangat mirip. Dengan demikian, meskipun Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tidak mengatur secara khusus perbuatan *passing off*, tetapi perbuatan tersebut disamakan dengan melakukan pendaftaran merek yang mengandung unsur persamaan pada pokoknya atau secara keseluruhan dengan merek yang telah terdaftar.

Selain pada merek yang mengandung unsur persamaan pada pokoknya atau secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan hukum terhadap merek juga diberikan dari kemungkinan pemalsuan atau peniruan oleh pihak lain. Ketentuan tersebut diatur dalam Pasal 21 ayat (3) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, yang menyebutkan : Permohonan pendaftaran merek akan ditolak jika diajukan oleh pemohon yang beritikad tidak baik.²³ Ketentuan ini memperlihatkan bahwa Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, pada dasarnya tetap melindungi pemilik merek yang beritikad baik. Sehingga hanya pendaftaran merek yang beritikad baik saja yang dapat diterima untuk didaftarkan. Dengan demikian, aspek perlindungan hukum tetap diberikan kepada pihak yang beritikad baik.

²³ Pasal 21 ayat (3) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis

Berdasarkan pembahasan tersebut hasil penelitian menunjukkan bahwa di Indonesia, pendaftaran merek merupakan satu-satunya cara untuk mendapatkan perlindungan hukum. Hal tersebut terjadi, karena konsep perlindungan hukum yang diatur dalam hukum merek di Indonesia, khususnya yang diatur dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 menganut sistem pendaftaran merek secara *first to file*. Sistem pendaftaran tersebut mensyaratkan adanya pendaftaran merek terlebih dahulu bagi seseorang atau badan hukum untuk memperoleh hak atas merek dan perlindungan hukum atas merek tersebut.

Berdasarkan sistem perlindungan yang dianut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 yang mengedepankan prinsip *first to file*, perlindungan hukum diberikan kepada merek terdaftar dalam bentuk perlindungan hukum yang bersifat preventif dan represif. Perlindungan hukum yang bersifat preventif, dilakukan melalui pendaftaran merek. Sedangkan perlindungan hukum yang bersifat represif, dilakukan apabila ada pelanggaran merek. Bentuk perlindungan hukum tersebut dapat dilakukan melalui gugatan perdata, dalam bentuk pembatalan pendaftaran merek. Ketentuan tersebut diatur dalam Pasal 76 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, yang menyebutkan : Gugatan pembatalan Merek terdaftar dapat diajukan oleh pihak yang

berkepentingan berdasarkan alasan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 20 dan Pasal 21.²⁴

Perlindungan hukum terhadap merek terdaftar, selain melalui gugatan pembatalan merek dapat ditempuh dalam bentuk gugatan ganti rugi maupun berdasarkan tuntutan pidana. Ketentuan tersebut diatur dalam Pasal 83 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, yang menyebutkan :²⁵

1. Pemilik merek terdaftar atau penerima lisensi merek terdaftar dapat mengajukan gugatan terhadap pihak lain yang secara tanpa hak menggunakan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya untuk barang atau jasa yang sejenis berupa:
 - a. Gugatan ganti rugi.
 - b. Penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek tersebut.
2. Gugatan sebagaimana dirnaksud pada ayat (1) dapat pula diajukan oleh pemilik merek terkenal berdasarkan putusan pengadilan.
3. Gugatan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diajukan kepada Pengadilan Niaga.

Perlindungan hukum terhadap merek terdaftar dalam bentuk tuntutan pidana diatur

²⁴ Pasal 76 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis

²⁵ Pasal 83 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis

dalam Pasal 100 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, yang menyebutkan :²⁶

1. Setiap orang yang dengan tanpa hak menggunakan merek yang sama pada keseluruhannya dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan atau jasa sejenis yang diproduksi atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp.2 .000.000.000,00 (dua miliar rupiah).
2. Setiap orang yang dengan tanpa hak menggunakan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang atau jasa sejenis yang diproduksi atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

Berdasarkan pembahasan tersebut hasil penelitian menunjukkan, bahwa di Indonesia perlindungan hukum terhadap merek tidak secara otomatis diperoleh pemilik merek, sebelum dilakukan pendaftaran merek sebagaimana diatur dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016. Hal tersebut mengandung maksud, bahwa merek akan memperoleh perlindungan hukum setelah didaftarkan dan memperoleh sertifikat

pendaftaran merek dari Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Dirjen HKI) Kementerian Hukum dan HAM. Dengan kata lain, merek akan memperoleh perlindungan hukum dan mempunyai kekuatan hukum tetap, setelah dilakukan pendaftaran dan diterbitkan sertifikat hak kepemilikan atas merek oleh Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Dirjen HKI) Kementerian Hukum dan HAM.

2. Implementasi undang-undang di bidang merek dalam penanganan kasus-kasus pelanggaran merek terdaftar di Indonesia

Dalam penelitian ini, implementasi undang-undang merek dalam penanganan kasus-kasus pelanggaran merek terdaftar di Indonesia, dapat dilihat pada contoh-contoh kasus sebagai berikut :

1. Putusan Perkara Nomor 25/Pid.B/2012/PN.RAP, tentang penjualan pupuk dengan menggunakan merek Meroke Mop, yang terjadi di Pengadilan Negeri Rantauprapat, Medan.

Pada contoh kasus tersebut, pelanggaran merek dilakukan oleh Irlan Sigalingging alias Irlan, bertempat di Dusun Sukajadi, Desa Tanjung Medan, Kecamatan Kampung Rakyat, Kabupaten Labuhan Batu Selatan, atau setidaknya di suatu tempat lain yang masih termasuk dalam daerah hukum Pengadilan negeri Rantau Prapat, Medan. Pelanggaran

²⁶ Pasal 100 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis

merek yang dilakukan oleh Irlan, yaitu dengan menjual pupuk merek Meroke Mop, yang mempunyai persamaan atau kemiripan dengan pupuk merek Meroke Mop yang sudah terdaftar sebagai milik PT.Meroke Tetap Jaya.

Pupuk merek Meroke Mop milik PT.Meroke Tetap Jaya, mempunyai ciri-ciri sebagai berikut :

- a. Pupuk merek Meroke Mop milik PT.Meroke Tetap Jaya, telah terdaftar di Ditjen HAKI Kementrian Hukum dan Ham Republik Indonesia.
- b. Pupuk Meroke Mop, PT.Meroke Tetap Jaya, memiliki gambar burung lebih jelas dengan warna merah maron, garis merah maron dan hitam. Selain itu, terdapat gambar kerbau besar dengan tulisan besar berupa SNI.02/2805/2005.
- c. Isi pupuk milik PT.Meroke Tetap Jaya, yaitu berupa pupuk yara mila 16-16-16 dengan kemasan karung besar dan tempus pandang dan isi pupuknya kelihatan dari luar.
- d. Pupuk merek Meroke Mop milik PT.Meroke Tetap Jaya telah memenuhi standar mutu, sebagaimana diatur dalam Peraturan Menteri Pertanian Nomor 08/Permentan/2007 Tentang Cara-cara Pendaftaran Pupuk Organik.

Pupuk merek Meroke Mop milik Irlan,

mempunyai ciri-ciri sebagai berikut :

- a. Jahitan pada kemasan pupuk Meroke Mop merupakan jahitan ulang atau tidak sama dengan yang dikeluarkan oleh PT.Meroke Tetap Jaya.
- b. Pupuk Meroke Mop produksi Irlan berwarna merah kusam, lembab dan kasar.
- c. Isi pupuk Meroke Mop produksi Irlan, berupa yara mila 16-16-16 jika diremas langsung pecah dan menjadi abu. Sedangkan Isi pupuk yara mila 16-16-16 produksi PT.Meroke Tetap Jaya, jika diremas sulit untuk pecah.

Tindakan Irlan yang menjual pupuk dengan menggunakan merek Meroke Mop tersebut mengakibatkan PT.Meroke Tetap Jaya selaku pemilik merek terdaftar, mengalami kerugian materiil sebesar Rp.35.000.000. (tiga puluh lima juta rupiah), serta mengakibatkan kerugian immateriil karena konsumen berkurang kepercayaannya pada pupuk merek Meroke Mop produksi PT.Meroke Tetap Jaya. Perbuatan Irlan tersebut kemudian dilaporkan oleh PT.Meroke Tetap Jaya kepada pihak berwajib, yang mengakibatkan Irlan menjalani persidangan di Pengadilan Negeri Rantauprapat, Medan.

2. Putusan Perkara Nomor 177 K/Pid.Sus/2015, tentang penjualan kaca mata yang menggunakan merek Bomia, terjadi di Pengadilan Negeri

Jakarta Utara, yang dilakukan oleh Khoe Lie Tjiau alias Lily.

Pada contoh kasus tersebut, pelanggaran merek dilakukan oleh Lily bertempat di Toko Kacamata Panda, yang terletak di Pusat Grosir Pasar Pagi Mangga Dua, Jakarta Utara, atau setidaknya di suatu tempat yang masih termasuk dalam daerah hukum Pengadilan Negeri Jakarta Utara. Pelanggaran merek yang dilakukan oleh Lily pada kasus tersebut, yaitu menjual kaca mata merek Bonia, yang mempunyai persamaan atau kemiripan dengan kaca mata milik PT.Optindo Suryatama.

Kaca mata merek Bonia milik PT.Optindo Suryatama, memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

- a. Hologram merek Bonia, dari Kingdom Optical Pte.Ltd.
- b. Hologram merek Bonia, berbentuk bulat dan ditempel di contoh lensa.
- c. Tulisan Bonia yang tertera pada kaca lensa, lebih rapi.
- d. Kaca mata merek Bonia PT.Optindo Suryatama, telah terdaftar berdasarkan Sertifikat Merek Nomor IDM000075294 tanggal 23 Mei 2006 yang diterbitkan oleh Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual, Kementrian Hukum dan Hak Asasi Manusia RI.
- e. PT.Optindo Suryatama merupakan distributor tunggal kaca mata merek Bonia, sebagai milik Bonia International Holdings Pte.Ltd., yang

berkedudukan di 89, Defu Lane 10, Singapura.

- f. Berdasarkan perjanjian distribusi antara PT.Optindo Suryatama dengan Kingdom Optical Pte.Ltd., selaku pemegang Lisensi dari International Holdings Pte.Ltd, untuk memperdagangkan kaca mata merek Bonia di wilayah Brunei, Malaysia, Hongkong, Korea, Filipina, Singapura, Taiwan, Thailand dan Indonesia.

Kaca mata merek Bonia yang dijual oleh Lily, memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

- a. Hologram merek Bonia bukan dari PT. Optindo Suryatama maupun Kingdom Optical Pte.Ltd.
- b. Hologram berbentuk persegi panjang, serta penempatannya di tangkai kaca mata.
- c. Penulisan merek Bonia dan kode di tangkai kaca mata tidak rapi.
- d. Kaca mata merek Bonia tipe BNI 682 C.11, tipe BNI 741 C.07 dan tipe BNI 660 C. 39, dijual dengan harga Rp.600.000. (enam ratus ribu rupiah).

Perbuatan Lily tersebut kemudian dilaporkan oleh PT.Optindo Suryatama kepada pihak berwajib, yang mengakibatkan Lily menjalani persidangan di Pengadilan Negeri Jakarta Utara.

3. Putusan Perkara Nomor 354/Pid.Sus/2016/PN Yyk, tentang penjualan minyak

wangi merek Argeville, yang terjadi di Pengadilan Negeri Jakarta Yogyakarta dan dilakukan oleh Nofri Andi alias Andi.

Pada contoh kasus tersebut, pelanggaran merek dilakukan oleh Andi bertempat di toko Juansa Parfum Jalan Dr.Wahidin, Klitren Gondokusuman, Kota Yogyakarta, atau setidaknya di suatu tempat lain yang masih dalam daerah hukum Pengadilan Negeri Yogyakarta. Pelanggaran merek yang dilakukan oleh Andi, yaitu menjual minyak wangi merek Argeville yang mempunyai persamaan atau kemiripan dengan minyak wangi merek Argeville milik PT.Bintang Inti Talenta.

Minyak wangi aroma Vanity merek Argeville milik PT.Bintang Inti Talenta, memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

- a. Aroma minyak wangi lebih harum dan tahan lama.
- b. Kemasan 0,5 kg, dijual dengan harga Rp.315.000. (tiga ratus lima belas ribu rupiah).
- c. Kemasan 1 kg, dijual dengan harga Rp.620.000. (enam ratus dua puluh ribu rupiah).
- d. Kemasan 5 kg, dijual dengan harga Rp.3.060.000. (tiga juta enam puluh ribu rupiah).
- e. PT.Bintang Inti Talenta tidak pernah mengeluarkan kemasan dengan ukuran 25 kg, hanya mengeluarkan

dengan ukuran 0,5 kg, 1 kg dan 5 kg, dengan kemasan botol aluminium, bukan dengan drum atau bahan kaleng.

- f. PT.Bintang Inti Talenta selaku distributor resmi parfum merek Argeville.

Minyak wangi merek Argeville yang dijual Andi, memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

- a. Aroma minyak wangi sangat menyengat dan cepat hilang.
- b. Minyak wangi dijual dengan ukuran 250 mili untuk pembeli yang datang ke toko.
- c. Minyak wangi eceran dijual per mili dalam botol, dengan harga Rp.185.000. (seratus delapan puluh lima ribu rupiah).
- d. Minyak wangi dijual dengan ukuran per 100 cc untuk grosir.
- e. Minyak wangi sebanyak 25 kg dijual dengan menggunakan drum.

Perbuatan Andi tersebut kemudian dilaporkan PT.Bintang Inti Talenta kepada pihak berwajib, yang mengakibatkan Andi menjalani persidangan di Pengadilan Negeri Yogyakarta.

4. Putusan Perkara Nomor 60/Pdt.Sus-Merek/2019/PN.Niaga. Jkt.Pst., tentang penjualan tutup kepala merek Buff, yang terjadi di Pengadilan Negeri Niaga, Jakarta Pusat.

Pada contoh kasus tersebut, pelanggaran merek

dilakukan oleh Jemmy Setiyoyuwono, yang beralamat di Jalan Gembong Sawah, Surabaya, Jawa Timur, terhadap merek terdaftar Original Buff, SA., suatu perusahaan yang beralamat di França, Barcelona, Spanyol, yang terjadi di suatu tempat yang masih dalam daerah hukum Pengadilan Negeri Niaga Jakarta Pusat.

Dalam contoh kasus tersebut, perusahaan Original Buff selaku pemilik merek Buff yang telah terdaftar mengajukan gugatan ke Pengadilan

Niaga Jakarta, terhadap keberadaan merek Ruff milik Jemmy Setiyoyuwono. Kasus tersebut timbul, karena perusahaan Original Buff merasa dirugikan atas pendaftaran merek Ruff milik Jemmy Setiyoyuwono, yang memiliki persamaan dengan produk barang-barang milik perusahaan Original Buff.

Perusahaan Original Buff adalah selaku pemilik merek Buff yang memproduksi barang-barang berupa tutup kepala, pelindung mata pada topi dari sinar matahari, pakaian olah raga, pakaian senam, scarf, syal dan alas kaki. Dengan produk utama berupa penutup kepala multi fungsi yang melindungi wajah dari cuaca dingin, angin dan sinar matahari.

Perbuatan Jemmy Setiyoyuwono yang menggunakan merek Ruff dan

memproduksi barang-barang sejenis, dianggap meniru dan membonceng ketenaran merek Buff milik perusahaan Original Buff, dianggap merugikan perusahaan Original Buff, sebagai pihak yang pertama kali menciptakan penutup kepala multi fungsi yang lentur dengan merek Buff pada Tahun 1992. Sehingga perusahaan Original Buff akhirnya menggugat Jemmy Setiyoyuwono, karena masih menggunakan merek Ruff dan memproduksi barang-barang sejenis yang diproduksi perusahaan Original Buff.

E. Kesimpulan dan Saran

1. Perlindungan hukum terhadap merek terdaftar diperlukan, karena pada merek terdaftar biasanya melekat reputasi dan sudah terkenal. Sehingga membuat pihak-pihak yang beritikad tidak baik mendompleng atau membonceng ketenaran merek yang sudah terdaftar. Dimana perlindungan hukum terhadap merek terdaftar di Indonesia, dimulai sejak berlakunya Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 Tentang Merek Perusahaan dan Perniagaan. Keberadaan undang-undang tersebut kemudian diganti dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 Tentang Merek, yang kemudian diganti dengan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997

Tentang Merek. Kesemua undang-undang merek tersebut menganut sistem pendaftaran deklaratif yang akan memberikan perlindungan kepada pemakai merek pertama, tetapi hanya bersifat dugaan. Dalam perkembangannya, Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997 diganti dengan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek, yang kemudian diganti dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Dengan penggantian tersebut, perlindungan hukum terhadap merek terdaftar yang semula menganut sistem pendaftaran deklaratif, diganti dengan sistem pendaftaran merek secara konstitutif. Sistem pendaftaran merek secara konstitutif yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, akan memberikan perlindungan hukum kepada pendaftar merek pertama. Dengan sistem pendaftaran konstitutif yang berprinsip pada *first to*

file, maka merek yang diakui kepemilikannya di Indonesia dan dilindungi hukum adalah merek yang terdaftar lebih dahulu dan dilakukan dengan itikad baik.

2. Implementasi undang-undang merek terhadap terhadap kasus-kasus pelanggaran merek terdaftar, dilakukan melalui perlindungan hukum secara preventif dan perlindungan hukum secara represif. Perlindungan hukum secara preventif, dilakukan melalui pendaftaran merek. Sedangkan perlindungan hukum represif, dilakukan melalui lembaga peradilan. Dalam implementasinya, perlindungan hukum terhadap kasus-kasus pelanggaran merek terdaftar dilakukan melalui gugatan perdata, dalam bentuk penolakan permohonan pendaftaran merek dan pembatalan pendaftaran merek. Selain melalui gugatan perdata, perlindungan hukum merek terdaftar dapat dilakukan dalam bentuk tuntutan pidana, berupa denda maupun pidana penjara.

3.

Daftar Pustaka

A. Buku :

- Adrian Sutedi, *Hak Atas Kekayaan Intelektual*, Jakarta : Sinar Grafika, 2012
- Abdulkadir Muhammad, *Kajian Hak Kekayaan Intelektual*, Bandung : Citra Aditya Bakti, 2013
- Achmadi Miru, *Hukum Merek, Cara Mudah Mempelajari Undang-Undang Merek*, Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2007
- Achmad Umar Purba, *Hak Kekayaan Intelektual Pasca TRIPs*, Bandung : Alumni, 2006
- Adami Chazawi, *Tindak Pidana Hak Kekayaan Intelektual*, Malang : Bayu Media, 2008
- Budi Santoso, *Pengantar Hak Kekayaan Intelektual*, Semarang : Pustaka Magister, 2011
- Bryan A. Garner, *Black's Law Dictionary. Eighth Edition*, St. Paul.Minn : West Publishing Co, 2005
- Cita Citrawinda, *Hak Kekayaan Intelektual Tantangan Masa Depan*, Jakarta : BP.Universitas Indonesia, 2004
- Casavera, *Sengketa Merek di Indonesia Suatu Tinjauan Yuridis*, Yogyakarta : Graha Ilmu, 2011
- Gatot Supramono, *Pendaftaran Merek*, Jakarta : Djambatan, 2003
- Imam Syahputra, *Hukum Merek di Indonesia, Teori dan Praktek*, Jakarta : Harvarindo, 1999
- Insan Budi Maulana, *Perlindungan Merek Terkenal di Indonesia Dari Masa Ke Masa*, Bandung : Citra Aditya Bakti, 2009
- Muhammad Djumhana, *Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual*, Bandung : Citra Aditya Bakti, 2014
- Maulana, *Perlindungan Merek Terkenal di Indonesia*, Bandung : Citra Aditya Bakti, 2008
- OK.Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2011
- Rachmadi Usman, *Hak Atas Kekayaan Intelektual, Perlindungan dan Dimensi Hukumnya*, Bandung : Alumni, 2007

- R.Djubaedillah, *Sejarah dan Teori Hak Milik Intelektual*, Bandung : Citra Aditya Bakti, 2012
- Soerjono Soekanto, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta : UI-Perss, 1999
- Sudargo Gautama, *Hukum Merek Indonesia*, Bandung : Citra Aditya Bakti, 2005
- Suyud Margono, *Hukum Hak Merek Indonesia*, Jakarta : Ghalia Indonesia, 2012
- Tim Lindsey, *Hak Kekayaan Intelektual, Suatu Pengantar*, Bandung : Alumni, 2007

B. Peraturan Perundang-undangan

- Undang-Undang Dasar 1945
- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
- Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis

C. Internet

- [www.maxmanroe.com/beberapa jenis merek berdasarkan tujuan produknya.html](http://www.maxmanroe.com/beberapa_jenis_merek_berdasarkan_tujuan_produknya.html), diakses tanggal 18 Juli 2020
- <http://cambridge.org/dictionary/english/mark>, diakses tanggal 19 Juli 2020