

PERLINDUNGAN HUKUM MEREK DI INDONESIA SECARA PREVENTIF DAN PENEGAKAN
REPRESIF BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NO. 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN
INDIKASI GEOGRAFIS

Sylvia Lesmana Clara^{1*}, Dianne Eka Rusmawati², Nenny Dwi Ariani³

Program S1 Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Lampung, Lampung, Indonesia

Email: sylvialesmanac@gmail.com^{1*}, dianneekarusmawatishmhum@gmail.com²,
nenny.ariani@fh.unila.ac.id³

ABSTRAK

Merek merupakan aset intelektual yang berperan penting dalam kegiatan ekonomi dan perdagangan, berfungsi sebagai identitas produk atau jasa, menjamin kualitas, dan memengaruhi preferensi konsumen. Perlindungan hukum merek bertujuan menciptakan lingkungan bisnis yang adil, kompetitif, serta melindungi konsumen dan pelaku usaha, khususnya UMKM. Penelitian ini bertujuan mengkaji perlindungan hukum merek di Indonesia secara preventif dan represif berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Penelitian ini menggunakan metode normatif dengan pendekatan perundang-undangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan preventif dilakukan melalui pendaftaran merek dengan sistem *first-to-file*, sosialisasi dan edukasi (SIVIKI, Klinik HKI, HKI Goes to Campus, HKI Goes to Market), pengawasan pasar, dan perjanjian lisensi untuk mencegah pelanggaran, menjaga reputasi merek, dan memperluas pasar. Secara represif, perlindungan mencakup jalur perdata (gugatan ganti rugi, penghentian pelanggaran, pemusnahan barang, dan pembatalan merek), pidana (sanksi penjara hingga 10 tahun dan denda hingga Rp 5 miliar), serta penyelesaian alternatif melalui mediasi dan arbitrase. Perlindungan ini bertujuan menegakkan hak eksklusif pemilik merek, memberikan efek jera, dan melindungi konsumen. Disarankan untuk DJKI mengoptimalkan sosialisasi dan edukasi kepada UMKM melalui platform digital serta meningkatkan selektivitas pemeriksaan substantif pendaftaran merek guna mengurangi potensi sengketa dan memperkuat iklim usaha yang adil dan kompetitif di Indonesia.

Kata Kunci: Merek; Represif; Perlindungan Hukum; Preventif.

ABSTRACT

A brand is an intellectual property asset that plays a crucial role in economic and trade activities, serving as an identity for

Article History

Received: Juni 2025

Reviewed: Juni 2025

Published: Juni 2025

Plagirism Checker No 234

Prefix DOI:

[10.8734/CAUSA.v1i2.365](https://doi.org/10.8734/CAUSA.v1i2.365)

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/).

products or services, ensuring quality, and influencing consumer preferences. Legal protection of brands aims to create a fair and competitive business environment while safeguarding consumers and businesses, particularly MSMEs. This study examines the legal protection of brands in Indonesia, both preventively and repressively, based on Law No. 20 of 2016 on Trademarks and Geographical Indications. The research employs a normative method with a statutory approach. The findings indicate that preventive protection is implemented through brand registration under the first-to-file system, awareness and education programs (SIVIKI, IP Clinics, IP Goes to Campus, IP Goes to Market), market supervision, and licensing agreements to prevent violations, maintain brand reputation, and expand market reach. Repressive protection includes civil measures (claims for damages, cessation of infringement, destruction of goods, and brand cancellation), criminal sanctions (imprisonment of up to 10 years and fines up to IDR 5 billion), and alternative dispute resolution through mediation and arbitration. This protection aims to uphold the exclusive rights of brand owners, create a deterrent effect, and protect consumers. It is recommended to enhance awareness and education for MSMEs through digital platforms and improve the selectivity of substantive brand registration examinations to reduce potential disputes and strengthen a fair and competitive business climate in Indonesia.

Keywords: Brand; Repressive; Legal Protection; Preventive.

PENDAHULUAN

Merek merupakan salah satu karya intelektual manusia yang erat dengan kegiatan ekonomi dan perdagangan. Menurut Rahmi Jened, merek adalah ujung tombak perdagangan barang dan jasa (Jened, 2015, hlm. 3). Merek berfungsi sebagai identitas yang membedakan produk atau jasa satu dengan yang lain. Selain itu, secara tidak langsung merek memberikan kepastian terhadap nilai atau kualitas barang dan/atau jasa yang dipromosikan kepada masyarakat luas. Dengan adanya merek yang melekat pada suatu barang dan/atau jasa, dapat mempengaruhi konsumen dalam memilih dan membentuk stereotip pada barang dan/atau jasa tersebut (Denny dkk, 2022, hlm. 149). Maka dari itu banyak pengusaha yang menghabiskan banyak waktu dan biaya untuk mengembangkan dan memelihara merek mereka, agar memiliki merek yang kuat agar dapat berkembang pesat di pasaran. Selain itu upaya yang dilakukan pemilik merek untuk mencegah terjadinya pemakaian merek oleh pihak lain tanpa izin merupakan hal yang sangat penting, mengingat membangun reputasi merek memerlukan biaya yang tidak sedikit serta waktu yang lama (Margono & Angkasa, 2002, hlm. 147).

Perlindungan merek bertujuan untuk mendorong lingkungan bisnis yang adil dan kompetitif. Perlindungan ini mendorong produksi produk-produk bermutu secara berkelanjutan, mencegah pengusaha menjual barang-barang bermutu rendah dan mencegah

memanfaatkan kelemahan pengetahuan konsumen dalam menilai mutu suatu barang atau jasa (Mayana & Santika, 2021, hlm. 11). Selain itu perlindungan hukum ini memungkinkan pemilik suatu merek untuk dapat mengontrol siapa yang menggunakan mereknya. Dengan begitu pengusaha dapat mengembangkan dan mempromosikan barang dan jasa mereka tanpa reputasinya dirusak oleh para pemalsu. Dari sisi konsumen perlindungan merek juga memberikan kepastian untuk bisa memakai merek yang asli (WIPO, 2020, hlm. 12).

Pengaturan terkait merek di Indonesia diatur dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU Merek). Dibentuknya Undang-Undang ini bertujuan untuk menjaga persaingan usaha yang sehat, berkeadilan, perlindungan konsumen, serta perlindungan usaha mikro, kecil dan menengah dan industri dalam negeri. Dalam Undang-Undang ini, mengatur perlindungan hukum baik secara preventif dan represif. Harapannya merek-merek di Indonesia dapat terlindungi dengan baik, sehingga menciptakan iklim usaha yang lebih sehat dan berkeadilan.

Adapun masalah yang dirumuskan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perlindungan hukum secara preventif terkait merek di Indonesia?
2. Bagaimana perlindungan hukum secara represif terkait merek di Indonesia?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif, Pendekatan masalah menggunakan pendekatan peraturan undang-undang. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu berupa bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier. Bahan hukum primer terdiri Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, dan Peraturan Menteri Hukum dan HAM Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek. Bahan hukum sekunder meliputi Laporan tahunan Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI), atikel, jurnal dan buku-buku. Data dikumpulkan melalui studi pustaka dan studi dokumen.

Pengolahan data dilakukan dengan cara seleksi data, pemeriksaan data, rekonstruksi data. Analisis data menggunakan analisis kualitatif, yaitu menguraikan data dari hasil pengolahan data yang telah dilakukan dengan cara bermutu dalam bentuk kalimat yang teratur, tuntun, logis, tidak tumpang tindih dan efektif sehingga memudahkan interpretasi data dan pemahaman hasil analisis, kemudian ditarik kesimpulan sehingga diperoleh gambaran yang jelas mengenai jawaban dari permasalahan yang dibahas (Muhammad, 2004, hlm. 127).

HASIL PEMBAHASAN

Perlindungan Hukum Secara Preventif Terkait Merek di Indonesia

Perlindungan hukum preventif merupakan suatu bentuk perlindungan yang mengarah pada tindakan yang bersifat pencegahan suatu pelanggaran atau sengketa sebelum terjadinya tindak pidana atau pelanggaran hukum. Dalam upaya perlindungan hukum preventif terkait merek, pertanggungjawaban utamanya berada pada pemilik merek untuk menaat aturan terkait merek (Wijanarko & Pribadi, 2022, hlm. 196). Pelindungan hukum merek secara preventif bertujuan untuk melindungi hak eksklusif pemilik merek, mencegah kebingungan konsumen, dan menjaga reputasi merek. Di Indonesia, perlindungan preventif ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis serta peraturan

pelaksananya. Berikut adalah penjelasan rinci mengenai mekanisme perlindungan hukum merek secara preventif:

a. Pendaftaran Merek

Pendaftaran merek di DJKI merupakan langkah utama untuk memperoleh hak eksklusif, sebagaimana diatur dalam Pasal 3 UU Merek. Indonesia menganut sistem konstitutif dengan prinsip *first-to-file*, yang menyatakan “*Hak atas Merek diperoleh setelah Merek tersebut terdaftar.*” Dalam situasi ini, tanggung jawab utama terletak pada pemilik merek untuk melakukan pendaftaran mereknya agar mendapatkan perlindungan hukum yang diperlukan (Lekosono dkk, 2023, hlm. 128). Pasal 35 UU Merek mengatur perlindungan hukum merek yang terdaftar di DJKI berlangsung selama 10 tahun sejak tanggal penerimaan pendaftaran merek (*filing date*), dapat diperpanjang.

Proses pendaftaran diatur secara spesifik dalam Peraturan Menteri Hukum dan HAM Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek yang meliputi pengajuan permohonan, pemeriksaan formal, pengumuman, pemeriksaan substantif, publikasi dan keberatan. Berikut berikut alur pendaftaran merek:

1) Pengajuan Permohonan

Pengajuan permohonan pendaftaran merek dilakukan melalui Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, baik secara daring melalui laman resmi www.dgip.go.id maupun secara luring di kantor DJKI atau Kantor Wilayah Kemenkumham terdekat. Permohonan dapat diajukan langsung oleh pemohon, baik perseorangan maupun badan hukum, atau melalui kuasa, yaitu Konsultan Kekayaan Intelektual sebagaimana diatur dalam Pasal 1 butir 13 dan 14 UU Merek. Berdasarkan Pasal 4 ayat (2), permohonan harus mencantumkan informasi seperti tanggal, bulan, dan tahun pengajuan, nama lengkap, kewarganegaraan, serta alamat pemohon atau kuasa, warna merek jika digunakan, nama negara dan tanggal Hak Prioritas jika ada, serta kelas barang/jasa beserta uraian jenisnya. Dokumen yang diperlukan meliputi formulir permohonan, label merek, dan bukti pembayaran biaya. Pemohon yang bertempat tinggal atau berkedudukan di luar Indonesia wajib mengajukan permohonan melalui kuasa untuk memastikan kepatuhan terhadap regulasi nasional.

2) Pemeriksaan Formal

Setelah permohonan diajukan, DJKI melakukan pemeriksaan formal dalam waktu maksimal 30 hari sejak tanggal penerimaan untuk memverifikasi kelengkapan administrasi, seperti formulir, label merek, dan bukti pembayaran biaya. Jika ditemukan kekurangan, pemohon akan diberitahu melalui surat pemberitahuan dan diberi waktu maksimal 2 bulan untuk melengkapi persyaratan. Apabila permohonan dinyatakan lengkap, DJKI akan memberikan tanda terima sebagai bukti bahwa permohonan telah memenuhi syarat administrasi dan siap untuk tahap berikutnya.

3) Pengumuman

Permohonan yang telah lolos pemeriksaan formal akan diumumkan dalam Berita Resmi Merek selama 2 bulan, sebagaimana diatur dalam Pasal 16 UU Merek. Tahap pengumuman ini bertujuan untuk memberikan kesempatan kepada pihak lain untuk mengajukan keberatan jika merek yang diajukan dianggap melanggar hak pihak lain, bertentangan dengan moralitas, atau tidak memenuhi syarat pendaftaran. Pengumuman ini merupakan bagian penting dari transparansi proses untuk memastikan tidak ada konflik dengan merek yang

sudah ada.

4) Pemeriksaan Substantif

Pemeriksaan substantif dilakukan dalam waktu maksimal 150 hari untuk memastikan merek memenuhi persyaratan substantif sesuai Pasal 20 dan 21 UU Merek. Proses ini mencakup pemeriksaan berdasarkan sistem *first-to-file*, di mana pemeriksa memverifikasi apakah merek telah diajukan atau terdaftar sebelumnya oleh pihak lain melalui penelusuran database DJKI. Selain itu, pemeriksa menganalisis dokumen merek untuk memastikan tidak bertentangan dengan moralitas, agama, atau merek lain, serta mempertimbangkan jenis barang/jasa yang dimohonkan. Jika ada keberatan dari pihak lain selama pengumuman, pemohon dapat mengajukan sanggahan, yang akan diperiksa lebih lanjut untuk menentukan keabsahan permohonan.

5) Publikasi dan Keberatan

Merek yang lolos pemeriksaan substantif akan dipublikasikan dalam Berita Resmi Merek dan diberikan sertifikat merek sebagai bukti perlindungan hukum. Namun, jika selama masa pengumuman terdapat keberatan dari pihak lain, pemohon berhak mengajukan sanggahan untuk membela permohonannya. Pemeriksa merek akan mengevaluasi keberatan dan sanggahan tersebut dengan memeriksa dokumen, membandingkan merek dalam database DJKI, dan memastikan kepatuhan terhadap ketentuan UU Merek. Hasil akhir pemeriksaan ini menentukan apakah merek diterima untuk didaftarkan atau ditolak.

Terdaftar merek di DJKI memberikan perlindungan reputasi dan investasi pelaku usaha, mencegah peniruan atau pemalsuan, memberikan dasar hukum untuk gugatan perdata/pidana, serta meningkatkan daya saing usaha melalui lisensi dan perlindungan konsumen.

b. Sosialisasi dan Edukasi

Sosialisasi dan edukasi memainkan peran krusial dalam perlindungan preventif merek dagang dan jasa, khususnya untuk meningkatkan kesadaran hukum di kalangan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang sering kali tidak mendaftarkan merek akibat kurang memahami manfaat dan prosedur hukumnya. Walaupun tidak diatur secara eksplisit dalam UU Merek, Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) Kementerian Hukum dan HAM menyelenggarakan beberapa program sosialisasi dan edukasi diantaranya:

- 1) SIVIKI: layanan konsultasi daring tentang Hak Kekayaan Intelektual
- 2) Klinik HKI: pendampingan pendaftaran merek melalui Mobile Intellectual Property Clinic
- 3) HKI Goes to Campus: edukasi untuk mahasiswa tentang prosedur dan klasifikasi merek
- 4) HKI Goes to Market: pelatihan bagi UMKM untuk memahami pendaftaran, hak eksklusif, dan pencegahan pelanggaran merek.

Program-program ini bertujuan mendorong pendaftaran merek dan meningkatkan pemahaman pelaku usaha guna mencegah pelanggaran merek secara efektif.

c. Pengawasan Pasar

Pengawasan pasar dilakukan melalui kerja sama DJKI dengan Kementerian Perdagangan, Bea Cukai, dan kepolisian untuk mendeteksi dan mencegah pelanggaran merek, seperti pemalsuan atau peniruan, meskipun tidak diatur secara spesifik dalam UU Merek. Upaya ini sejalan dengan Pasal 100, yang mengatur sanksi pidana bagi pelaku pelanggaran merek, dan mendukung perlindungan konsumen sebagaimana diatur dalam UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pelaksanaan pengawasan dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- 1) Pengawasan di Pasar Fisik: Kementerian Perdagangan melalui Satgas Pengawasan Barang dan Jasa melakukan inspeksi di pasar tradisional, pusat perbelanjaan, atau gudang untuk mendeteksi produk dengan merek palsu atau tidak terdaftar.
 - 2) Pengawasan di Pasar Daring: DJKI dan Kementerian Perdagangan berkolaborasi dengan platform e-commerce untuk memverifikasi merek produk melalui Sistem Informasi Pengawasan Barang dan Jasa (SIPBJ) (Kementerian Perdagangan RI, 2022).
 - 3) Kerjasama dengan Bea Cukai: Direktorat Jenderal Bea dan Cukai berperan dalam mencegah impor dan ekspor barang yang melanggar hak kekayaan intelektual, termasuk merek dagang palsu melalui patroli, pengehtian, pemeriksaan, penengahan penggeledahan dan penindakan sebagai mana diatur dalam Peraturan Dirjen Cukai Nomor P-53/Bc/2010 Tentang Tatalaksana Pengawasan pasal 1 (Santoso, 2016, hlm. 129).
 - 4) Peran Pemilik Merek: Pemilik merek didorong untuk melaporkan pelanggaran ke DJKI atau Kementerian Perdagangan, yang ditindaklanjuti dengan razia atau penyitaan.
- d. Perjanjian Lisensi

Pasal 1 butir 18 UU Merek dijelaskan terkiat definisi lisensi, yaitu Lisensi adalah: *izin yang diberikan oleh pemilik Merek terdaftar kepada pihak lain berdasarkan perjanjian secara tertulis sesuai peraturan perundang-undangan untuk menggunakan Merek terdaftar.* Atas dasar Pasal 42 ayat (1), terlihat bahwa lisensi merupakan hak bagi pemilik merek untuk memberi izin pada pihak lain untuk menggunakan hak mereknya. sebagai suatu hak, lisensi sebenarnya merupakan bagian dari hak eksklusif yang terkandung pada hak merek. Hak eksklusif atas merek adalah hak untuk menggunakan mereknya dan hak untuk memberi ijin pada orang lain untuk menggunakannya (Sujatmiko, 2020, hlm. 68). Lisensi merek merupakan sarana perlindungan hak merek, disamping melalui undang-undang (Fitzgerald & Fitzgerald, 2004, hlm. 6). Manfaat dari perjanjian lisensi diantaranya:

1) Menjaga Standar Kualitas

Perjanjian lisensi memungkinkan pemilik merek menetapkan standar kualitas yang harus dipatuhi oleh pihak yang menerima lisensi, menjaga reputasi dan integritas merek. Hal ini dilakukan dengan pembuatan kausula pengawasan kualitas/mutu barang atau jasa (*quality control*) dalam perjanjian lisensi (Sujatmiko, 2020, hlm. 103).

2) Pengawasan & Pengendalian

Dengan adanya perjanjian lisensi, pemilik merek dapat melakukan pengawasan dan pengendalian terhadap penggunaan merek oleh pihak yang menerima lisensi. Hal ini diatur pada Pasal 83 ayat 1 UU Merek yang menyatakan bahwa:

Pemilik Merek terdaftar dan/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 dan/atau jasa yang sejenis berupa:

a. *gugatan ganti rugi; dan/atau*

b. *Penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan Merek tersebut.*

Pasal 83 memberikan dasar hukum yang kuat bagi penerima lisensi untuk melakukan pengawasan dan pengendalian terhadap penggunaan merek oleh pihak lain, serta mengambil tindakan hukum jika terjadi pelanggaran.

3) Perluasan Pasar

Lisensi dapat memperluas pasar hingga dapat menjangkau pasar yang semula berada diluar pangsa pasar pemberi lisensi (Gikkas, 1996, hlm. 2). Penjangkauan pasar melalui lisensi ini tanpa harus melakukan investasi besar dalam produksi atau distribusi. Dengan memberikan lisensi kepada pihak lain, pemilik merek dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan nilai merek mereka. Lisensi memungkinkan pemilik merek untuk memanfaatkan sumber daya dan jaringan distribusi yang dimiliki oleh penerima lisensi.

Perlindungan Hukum Secara Represif Terkait Merek di Indonesia

Perlindungan hukum merek secara represif merujuk pada upaya hukum yang dilakukan setelah terjadinya sengketa merek pelanggaran terhadap hak merek. Tujuan utama dari perlindungan hukum represif adalah untuk memberikan efek jera kepada pelanggar dan mencegah terjadinya pelanggaran serupa di masa depan. Perlindungan ini juga bertujuan untuk memulihkan kerugian yang dialami oleh pemilik merek akibat pelanggaran, baik melalui gugatan ganti rugi maupun penghentian penggunaan merek yang melanggar. Selain itu, perlindungan hukum represif juga berfungsi untuk menjaga integritas dan reputasi merek, serta memastikan bahwa konsumen tidak tertipu oleh produk atau jasa yang menggunakan merek secara tidak sah.

UU Merek mengatur mengenai perlindungan hukum represif. Perlindungan hukum represif ini mencakup tindakan hukum terhadap pelanggaran merek, termasuk sanksi pidana dan perdata bagi pelanggar. Penyelesaian permasalahan merek dapat dilakukan melalui jalur perdata, pidana atau penyelesaian sengketa alternatif.

1) Penyelesaian Sengketa Merek melalui Jalur Perdata

Perlindungan hukum merek secara represif melalui jalur perdata bertujuan untuk memulihkan hak pemilik merek yang dirugikan akibat pelanggaran, seperti persamaan merek pada pokoknya atau keseluruhannya, penggunaan merek terdaftar tanpa izin, pemalsuan merek, atau pendaftaran merek dengan itikad buruk. Berdasarkan UU Merek, perlindungan perdata mencakup berbagai bentuk tindakan hukum yang dapat diminta oleh pemilik merek melalui gugatan di Pengadilan Niaga. Bentuk perlindungan ini dirancang untuk menghentikan pelanggaran, memberikan kompensasi atas kerugian, dan mencegah pelanggaran serupa di masa depan.

Pasal 83 ayat (1) mengatur mengenai tata cara pengajuan gugatan yang berbunyi sebagai berikut:

Pemilik Merek terdaftar dan/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 dan/atau jasa yang sejenis berupa:

- a. *gugatan ganti rugi; dan/atau*
- b. *penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan Merek tersebut.*

Jadi pemilik terdaftar dapat menuntut ganti rugi atas kerugian yang dialami akibat penggunaan merek yang melanggar haknya dan/atau Pemilik merek terdaftar dapat meminta penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek yang melanggar haknya. Berdasarkan Pasal 83 ayat (3) gugatan dapat diajukan pada Pengadilan Niaga. Mengenai syarat dan tata cara gugatan Merek diatur dalam Pasal 85. Terhadap putusan

Pengadilan Niaga hanya dapat diajukan kasasi. Terhadap putusan Pengadilan Niaga yang telah berkekuatan hukum tetap dapat diajukan peninjauan kembali.

Berdasarkan UU Merek, perlindungan perdata terhadap pelanggaran merek mencakup beberapa bentuk sebagai berikut:

- a. Penghentian Pelanggaran: Pemilik merek dapat meminta pengadilan untuk mengeluarkan putusan yang melarang pelaku menggunakan merek yang melanggar. Ini mencakup penghentian produksi, distribusi, atau promosi barang/jasa yang menggunakan merek tersebut.
- b. Ganti Rugi: Pemilik merek berhak menuntut kompensasi atas kerugian materiil (misalnya, penurunan penjualan atau kehilangan pangsa pasar) dan immateriil (misalnya, kerusakan reputasi atau kepercayaan konsumen). Besaran ganti rugi ditentukan berdasarkan bukti kerugian yang diajukan.
- c. Penghapusan atau Penghancuran Barang: Pengadilan dapat memerintahkan agar barang yang menggunakan merek secara melawan hukum dihapus dari peredaran atau dimusnahkan, termasuk alat-alat produksi yang digunakan untuk pelanggaran.
- d. Publikasi Putusan Pengadilan: Dalam beberapa kasus, pengadilan dapat memerintahkan pelaku untuk mempublikasikan putusan pengadilan di media massa sebagai bentuk pemulihan nama baik pemilik merek.
- e. Pembatalan Pendaftaran Merek: Jika merek yang melanggar telah terdaftar, pemilik merek dapat mengajukan gugatan pembatalan ke Pengadilan Niaga.

2) Penyelesaian Sengketa Merek melalui Jalur Pidana

Penyelesaian sengketa merek melalui jalur pidana adalah proses penegakan hukum yang melibatkan negara untuk memberikan sanksi kepada pelaku pelanggaran merek. Pendekatan ini bertujuan untuk menimbulkan efek jera kepada pelaku pelanggaran. Melindungi kepentingan umum, termasuk konsumen dari penipuan atau kerugian akibat barang palsu. Menjamin kepastian hukum dan penegakan hak eksklusif atas merek. Menyokong iklim usaha yang adil dan kompetitif. Sanksi pidana biasanya diterapkan pada pelanggaran berat, seperti pemalsuan merek, penggunaan merek terdaftar tanpa izin, atau pendaftaran merek dengan itikad buruk.

UU Merek Pasal 100 mengatur sanksi pidana untuk pelaku yang dengan sengaja menggunakan merek yang memiliki persamaan pada keseluruhannya atau pada pokoknya dengan merek terdaftar lainnya. Sanksi meliputi:

- a. pidana penjara paling lama 5 tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 2 miliar bagi persamaan pada keseluruhannya dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan (Pasal 100 ayat 1);
- b. pidana penjara paling lama 4 tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 2 miliar bagi persamaan pada pokoknya dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan (Pasal 100 ayat 2);
- c. pidana penjara paling lama 10 tahun dan/atau denda paling banyak Rp 5 miliar yang jenis barangnya mengakibatkan gangguan kesehatan, gangguan lingkungan hidup, dan/atau kematian manusia (Pasal 100 ayat 3);

Sanksi pidana bagi pelanggar merek terdiri dari sanksi utama dan tambahan, berikut rinciannya jenis sanksinya:

1. Sanksi Utama

Sanksi utama adalah hukuman pokok yang dijatuhkan kepada pelaku pelanggaran pidana, yang bertujuan untuk memberikan efek jera dan menegakkan hukum. Dalam UU Merek, sanksi utama terdiri dari pidana penjara dan/atau denda.

- a. Pidana Penjara, durasinya bervariasi tergantung jenis pelanggarannya. Tujuannya untuk menghukum pelaku secara pribadi dan memberikan efek jera kepada masyarakat.
- b. Denda, denda dibayarkan kepada negara sebagai bagian dari hukuman pidana, bukan sebagai kompensasi kepada pemilik merek, hal ini bertujuan untuk membebani pelaku secara finansial dan memberikan efek jera.

2. Sanksi Tambahan

Sanksi tambahan adalah hukuman pelengkap yang dijatuhkan untuk mendukung sanksi utama.

- a. Penyitaan Barang: barang yang menggunakan merek secara melawan hukum (misalnya, produk palsu) dapat disita oleh pihak berwenang, seperti polisi atau bea cukai, untuk mencegah peredaran lebih lanjut. Penyitaan dilakukan selama proses penyidikan dan dapat menjadi bagian dari putusan pengadilan.
- b. Pemusnahan Barang: pengadilan dapat memerintahkan pemusnahan barang yang melanggar merek, termasuk alat-alat produksi (misalnya, mesin cetak atau cetakan logo palsu) Pemusnahan dilakukan di bawah pengawasan pihak berwenang untuk memastikan barang tidak kembali ke pasar.
- c. Publikasi Hukuman: Dalam beberapa kasus, pengadilan dapat memerintahkan pelaku untuk mempublikasikan hukuman di media massa sebagai peringatan kepada publik dan pemulihan reputasi pemilik merek.

3) Penyelesaian Sengketa Merek Melalui Penyelesaian Alternatif

Menurut Pasal 93 UU Merek, selain melalui penyelesaian melalui ranah pengadilan, sengketa merek juga dapat diselesaikan diluar pengadilan yaitu melalui penyelesaian alternatif atau *Alternative Dispute Resolution (ADR)*. Ini adalah metode di luar pengadilan yang digunakan untuk menyelesaikan perselisihan merek secara lebih cepat, fleksibel, dan rahasia dibandingkan jalur litigasi (perdata atau pidana). Dalam konteks hukum merek di Indonesia, ADR yang umum digunakan adalah arbitrase dan mediasi, yang didukung oleh UU Merek serta Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa.

Penyelesaian alternatif adalah mekanisme penyelesaian sengketa yang tidak melibatkan pengadilan, melainkan dilakukan melalui kesepakatan pihak-pihak yang bersengketa dengan bantuan pihak ketiga yang netral, seperti arbitrator atau mediator. Dalam konteks sengketa merek, ADR digunakan untuk menyelesaikan perselisihan seperti:

- a. Penggunaan merek terdaftar tanpa izin;
- b. kesamaan merek yang menyebabkan kebingungan konsumen;
- c. pendaftaran merek dengan itikad buruk
- d. sengketa lisensi atau kerja sama merek.

Jenis ADR yang umum digunakan untuk sengketa merek adalah mediasi dan arbitrase. Berikut penjelasannya:

1. Arbitrase

Arbitrase adalah proses formal di mana pihak-pihak yang bersengketa menyerahkan penyelesaian kepada arbitrator atau panel arbitrase yang netral. Putusan arbitrase bersifat mengikat dan dapat dieksekusi melalui pengadilan jika salah satu pihak tidak mematuhi.

Arbitrase efektif untuk sengketa merek yang melibatkan pihak-pihak dengan hubungan bisnis, seperti lisensi, waralaba, atau kemitraan, karena prosesnya cepat, rahasia. Arbitrase cocok untuk sengketa dengan nilai ekonomi tinggi atau lintas negara, menghasilkan putusan mengikat yang dapat dieksekusi. Namun, biaya tinggi dan keterbatasan banding. Hal ini membuat arbitrase tidak cocok bagi pelaku usaha kecil atau sengketa dengan nilai ekonomi rendah.

2. Mediasi

Mediasi adalah proses informal di mana mediator netral membantu pihak-pihak yang bersengketa mencapai kesepakatan damai melalui negosiasi. Jika mediasi berhasil, pihak-pihak menandatangani perjanjian damai yang mengikat, yang dapat didaftarkan ke pengadilan untuk memiliki kekuatan eksekutorial. Jika gagal, pihak-pihak dapat melanjutkan sengketa ke pengadilan atau arbitrase.

Mediasi ideal untuk sengketa yang memungkinkan kompromi, seperti perselisihan lisensi atau merek lokal, dengan biaya lebih rendah dan potensi menjaga hubungan bisnis. Namun, mediasi tidak cocok untuk pelanggaran berat seperti pemalsuan merek, karena pelaku biasanya tidak bersedia bernegosiasi, dan efek jera yang diperlukan lebih sesuai dengan sanksi pidana.

Pentingnya perlindungan hukum represif dalam konteks hukum merek terletak pada kemampuannya untuk menegakkan hak-hak eksklusif pemilik merek dan memberikan kepastian hukum. Dengan adanya perlindungan ini, pemilik merek dapat merasa lebih aman dan terlindungi dalam menjalankan bisnis mereka, serta memiliki alat hukum yang efektif untuk melawan pelanggaran merek. Perlindungan hukum represif juga berkontribusi pada terciptanya lingkungan bisnis yang adil dan kompetitif, di mana pelanggaran HKI dapat ditangani dan persaingan usaha yang sehat dapat terjaga.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan pendekatan yuridis normatif, dapat disimpulkan bahwa perlindungan hukum merek di Indonesia, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, mencakup dua pendekatan utama, yaitu preventif dan represif. Secara preventif, perlindungan hukum merek dilakukan melalui mekanisme pendaftaran merek di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI), sosialisasi dan edukasi, pengawasan pasar, serta perjanjian lisensi. Pendaftaran merek berbasis sistem konstitutif dengan prinsip first-to-file memberikan hak eksklusif kepada pemilik merek selama 10 tahun, yang dapat diperpanjang, untuk mencegah peniruan, pemalsuan, dan kebingungan konsumen. Sosialisasi dan edukasi, melalui program seperti SIVIKI, Klinik HKI, HKI Goes to Campus, dan HKI Goes to Market, meningkatkan kesadaran pelaku usaha, khususnya UMKM, terhadap pentingnya pendaftaran merek. Pengawasan pasar, melalui kolaborasi DJKI dengan Kementerian Perdagangan, Bea Cukai, dan kepolisian, bertujuan mendeteksi dan mencegah peredaran barang dengan merek palsu. Perjanjian lisensi memungkinkan pemilik merek mengendalikan penggunaan merek oleh pihak lain sambil menjaga kualitas dan memperluas pasar.

Secara represif, perlindungan hukum merek dilakukan melalui penyelesaian sengketa melalui jalur perdata, pidana, dan alternatif. Jalur perdata, berdasarkan Pasal 83 UU Merek, memungkinkan pemilik merek mengajukan gugatan ganti rugi, penghentian pelanggaran, penghapusan atau pemusnahan barang, publikasi putusan pengadilan, dan pembatalan pendaftaran merek di Pengadilan Niaga. Jalur pidana, sebagaimana diatur dalam Pasal 100 UU Merek, memberikan sanksi penjara hingga 10 tahun dan denda hingga Rp5 miliar untuk pelanggaran berat, seperti pemalsuan merek yang membahayakan kesehatan, lingkungan, atau menyebabkan kematian. Sanksi pidana mencakup sanksi utama (penjara dan denda) dan tambahan (penyitaan, pemusnahan barang, dan publikasi hukuman). Penyelesaian sengketa alternatif, melalui mediasi dan arbitrase, menawarkan solusi cepat, rahasia, dan fleksibel, meskipun kurang cocok untuk pelanggaran berat seperti pemalsuan merek. Perlindungan hukum ini bertujuan menjaga hak eksklusif pemilik merek, mencegah kerugian konsumen, dan menciptakan iklim usaha yang adil dan kompetitif.

Adapun saran penulis yaitu Untuk mengoptimalkan perlindungan hukum merek di Indonesia, pemerintah, melalui Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI), perlu meningkatkan intensitas dan jangkauan program sosialisasi serta edukasi. Upaya ini terutama harus difokuskan pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di daerah terpencil, dengan memanfaatkan platform digital guna memperluas akses informasi mengenai pentingnya pendaftaran merek serta prosedur yang harus diikuti. Selain itu, diperlukan peningkatan selektivitas dan akurasi dalam pemeriksaan substantif terhadap permohonan pendaftaran merek. Hal ini bertujuan untuk mencegah pendaftaran merek yang melanggar Pasal 20 dan 21 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, sehingga dapat memperkuat perlindungan hukum terhadap merek, mengurangi potensi sengketa, serta mendukung terciptanya iklim usaha yang lebih adil dan kompetitif di Indonesia. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan pemilik merek dapat lebih memahami hak-haknya dan mendorong lingkungan bisnis yang lebih sehat dan inovatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Denny, dkk. 2022. Penyelesaian Sengketa Merek di Indonesia: Studi Putusan. *Jurnal Sapientia et Virtus*, Volume 7 Nomor 2.
- Fitzgerald, Anne & Brian Fitzgerald. 2004. *Intellectual Property in Principle*. Sydney: Law Book Co.
- Gikkas, Nicolas S. 1996. International Licensing of Intellectual Property: The Promise and The Peril. *Journal of Technology Law & Policy*, Vol. 1: Iss. 1, Article 7.
- Indonesia. 2016. *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 252.
- Jered, Rahmi. 2015, *Merek dalam Era Global dan Integrasi Ekonomi*, Jakarta : Kencana Prenada Media.
- Kementerian Perdagangan RI. 2022. *Pengawasan Barang Melalui PMSE, Kemendag Tindak Tegas 37.488 Tautan Perdagangan di Marketplace*. Jakarta: Kementerian Perdagangan RI.
- Lekosono, Arrum Budi dkk. 2023. Kajian Terhadap Upaya Perlindungan Hukum Preventif terhadap Merek Dagang di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. *Jurnal Humaniorum: Jurnal Hukum dan Ilmu Sosial*, Volume 01, No. 04.

- Margono, Suyud & Amir Angkasa 2002. *Komersialisasi Aset Intelektual Aspek Hukum Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Widayarsana Indonesia.
- Mayana, Ranti Fauza dan Tisni Santika. 2021. *“Hukum Merek: Perkembangan Aktual Perlindungan Merek dalam Konteks Ekonomi Kreatif di Era Disrupsi Digital”*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Muhammad, Abdulkadir. 2004. *Hukum dan Penelitian Hukum*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Santoso, Edy. 2016. *Penegakan Hukum Terhadap Pelanggaran Merek Dagang Terkenal Melalui Peran Kepabeanan Sebagai Upaya Menjaga Keamanan dan Kedaulatan Negara*. Jurnal Rechts Vinding, Vol. 5 Nomor 1.
- Sujatmiko, Agung. 2020. *Perjanjian Lisensi Merek*, Jawa timur: Qiara Media.
- The World Intellectual Property Organization (WIPO). 2020. *What is intellectual property?*. Garave: wipo.int. [What is Intellectual Property? \(wipo.int\)](https://www.wipo.int/what-is-intellectual-property/).
- Wijanarko, Dwi Seno Wijanarko, Slamet Pribadi. 2022. *Perlindungan Hukum Preventif terhadap Merek Dagang di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis*. *Jurnal Penelitian Universitas Kuningan*, Vol. 13 Nomor 02. *Law Study Review* 1.1 (2023): 168-179.