

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP MEREK TERDAFTAR DI INDONESIA (STUDI: MS GLOW VS PSTORE GLOW)

Enjelina Sibatuara¹ & Andryawan²

¹Program Studi Hukum, Universitas Tarumanagara
Email: enjelina.untar@gmail.com

²Fakultas Hukum, Universitas Tarumanagara
Email: andryawan@fh.untar.ac.id

ABSTRACT

*The development of trade in the 4.0 era has made business competition in national/international branches even higher. Brand as a symbol and product identity provides an image for business actors, as part of Intellectual Property Rights (IPR) brands need to be given protection and legal certainty in order to create fair competition and avoid counterfeiting and branding (passing off). Trademark protection is regulated in Law Number 20 of 2016 concerning Marks and Geographical Indications. This article uses normative legal research methods with secondary data, namely laws and regulations, court decisions and previous research studies. The purpose of this article is to find out how legal protection for registered trademarks is in Indonesia and to find out about the trademark cancellation that occurred in the MS GLOW and PSTORE GLOW disputes. Settlement of trademark disputes can be resolved in a civil way by making an application to the Commercial Court and criminal sanctions can be imposed if a civil settlement cannot resolve the dispute. This is based on the *Ultimum Remedium* theory. Mark deletion can occur due to the expiration of the ownership rights to the mark and acts of bad faith.*

Keywords: *Legal protection, registered mark, intellectual property rights.*

ABSTRAK

Perkembangan perdagangan dalam era 4.0 membuat persaingan bisnis dalam kancah nasional/internasional semakin tinggi. Merek sebagai lambang dan identitas produk memberikan citra terhadap pelaku usaha, sebagai bagian dari Hak Kekayaan Intelektual (HKI) merek perlu diberikan perlindungan dan kepastian hukum guna untuk menciptakan persaingan yang sehat dan menghindari terjadinya pemalsuan dan pemboncengan merek (*passing off*). Perlindungan merek diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Penulisan ini menggunakan metode penelitian hukum normatif dengan data sekunder sebagai bahan utama yaitu Undang-Undang, putusan pengadilan dan kajian penelitian sebelumnya. Tujuan dibuatnya tulisan ini untuk mengetahui bagaimana perlindungan hukum merek terdaftar di Indonesia berdasarkan hukum positif dan pengimplementasian Undang-Undang Merek dalam sengketa merek dagang MS GLOW vs STORE GLOW. Berdasarkan pembahasan, penyelesaian merek dapat diselesaikan secara perdata dengan melakukan permohonan ke pengadilan niaga dan sanksi pidana dapat diberlakukan jika penyelesaian secara perdata tidak bisa menyelesaikan sengketa. Hal ini didasari dengan teori *Ultimum Remedium*. Penghapusan merek bisa terjadi karena berakhirnya masa kepemilikan hak atas merek dan perbuatan atas itikad tidak baik.

Kata Kunci: Perlindungan hukum, merek terdaftar, hak kekayaan intelektual.

1. PENDAHULUAN

Pada era digital industri 4.0 kemudahan dalam bisnis merupakan suatu tantangan tersendiri. Kemudahan yang ditawarkan tidak semudah yang dipikirkan. Dalam pelaksanaannya para pelaku usaha dituntut untuk bisa bersaing secara *fair* untuk meningkatkan kualitas produk dan kepercayaan masyarakat dalam memberikan kepuasan terhadap pelanggan atau pembeli terkhusus dalam pemilihan merek dagang yang dipakai sebagai lambang atau simbol dari suatu produk yang akan dipasarkan baik dalam skala nasional maupun internasional, mengingat kemajuan perdagangan saat ini sudah sangat berkembang cukup pesat bukan hanya dalam negeri bahkan mancanegara.

Arus pemasaran produk, prosesnya yang sangat cepat dan banyak membuat para pelaku usaha untuk bisa berhati-hati dalam pemilihan merek dagang yang akan digunakan sebagai identitas

dari produk dan citra bagi pelaku usaha, mengingat bahwa merek merupakan salah satu dari produk Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang berasal dari pemikiran seseorang yang memiliki hak cipta atas pemikiran tersebut. Berdasarkan HKI suatu hal yang memiliki hak cipta terkhusus hak atas merek dagang yang memiliki unsur ciptaan seperti desain logo merupakan hak yang bersifat khusus (*exclusive*) yang diberikan negara kepada pemilik sah dari merek tersebut. Pemberlakuan hak khusus pada pemilik sah merek bukan semata-mata timbul begitu saja melainkan timbul karena adanya suatu mekanisme pendaftaran wajib atas merek tersebut. Dikarenakan merek merupakan hak cipta yang perlu dilindungi, maka merek perlu didaftarkan kepada negara untuk mendapatkan perlindungan dan pengakuan atas merek tersebut (Arifin & Iqbal, 2020). Merek yang tidak didaftarkan kepada negara secara otomatis tidak mendapat pengakuan dan perlakuan khusus dari negara, dengan konsekuensi bahwa merek tersebut masih dapat digunakan atau dipakai oleh orang lain tanpa menimbulkan sengketa di kemudian hari.

Menurut Hastuti (2019), pemberian perlindungan hukum tidak hanya diberikan kepada merek lokal melainkan terhadap merek yang sudah terkenal. Perlindungan hukum yang diberikan oleh negara kepada pemilik sah bersifat preventif dan bersifat represif yang jelas diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (Selanjutnya akan disebut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang MIG). Pemberian perlindungan merek berfungsi untuk menghindari terjadinya peniruan atau pemboncengan merek (*Passing off*).

Saat ini para pelaku usaha tidak hanya sekedar menyusun strategi pemasaran atau *marketing* dan meningkatkan kualitas dari suatu produk yang diperjualbelikan guna untuk memenangkan persaingan di *market* dan menarik perhatian konsumen, di samping itu para pelaku usaha berloma-lomba untuk mendaftarkan mereknya ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual agar terlindungi secara hukum dari kompetitor lainnya. Hal ini sangat penting mengingat persaingan bisnis saat ini sudah sangat banyak guna untuk menghasilkan persaingan yang sehat. Peniruan merek merupakan tindakan yang tidak terpuji dalam dunia ekonomi bisnis karena merugikan dan merupakan perbuatan melanggar hukum.

Fenomena yang terjadi belakangan ini adanya merek yang didaftarkan tanpa izin dari pemilik merek yang sah berdasarkan hukum. Sehingga menimbulkan perselisihan antara pengguna merek yang pertama dengan orang lain yang juga mendaftarkan merek yang sama ke Dirjen Jenderal Kekayaan Intelektual. Adapun akibat yang ditimbulkan dari pendaftaran merek tersebut mengakibatkan pemilik sah dari merek dagang tersebut merasa dirugikan. Terjadinya sengketa antar merek terkenal MS GLOW dan PSTORE GLOW berakhir hingga saling melaporkan ke pengadilan. Dimana sebelumnya MS GLOW selaku pemilik sah hak merek dagang pertama merasa dirugikan lantaran PSTORE GLOW mendaftarkan merek yang sama ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, tak mau kalah justru PSTORE GLOW melaporkan balik pemilik MS GLOW dengan tuduhan yang sama ke pengadilan.

Berdasarkan fenomena yang terjadi, penulis tertarik untuk membahas lebih lanjut untuk mengetahui perlindungan hukum terhadap merek terdaftar di Indonesia, serta konsekuensi yang layak diterima oleh pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap hak merek di Indonesia, dan implementasi Undang-Undang dalam kasus MS GLOW vs PSTORE GLOW.

Adapun yang menjadi pokok permasalahan dalam tulisan ini adalah sebagai berikut: bagaimana perlindungan hukum terhadap merek terdaftar di Indonesia menurut Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis? dan bagaimana implementasi dari sistem

merek menurut Hukum Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (studi: MS GLOW vs PSTORE GLOW?)

2. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam tulisan ini adalah metode penelitian hukum normatif yang mengkaji hukum sebagai norma. Sebagai konsekuensi dari digunakannya hukum normatif dalam tulisan ini maka tulisan ini menggunakan data sekunder sebagai bahan utama yaitu peraturan perundang-undangan, putusan pengadilan dan hasil publikasi di bidang hukum (jurnal).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terdaftar di Indonesia Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016. Merek merupakan sebagai simbol identitas dari suatu produk yang biasanya berbentuk gambar maupun tulisan yang terdapat pada barang yang siap untuk diedarkan di pasaran baik dalam perdagangan nasional maupun internasional. Fungsi dari merek selain sebagai tanda pengenal yang membedakan dari produk-produk lainnya juga berfungsi sebagai citra diri dari perusahaan guna menjaga kepercayaan publik dengan meningkatkan kualitas produk (Balqiz, 2021). Meningkatnya perkembangan di bisnis perdagangan membuat peranan merek menjadi sangat penting dalam meningkatkan persaingan yang sehat antar produsen. Perkembangan teknologi juga memberikan pengaruh yang besar dalam dunia bisnis karena persaingan era 4.0 tidak hanya terjadi secara konvensional melainkan sudah berkembang seperti banyaknya *marketplace* dan *e-commerce* yang mempermudah masyarakat (Sheilindry et al., 2021). Tingkat persaingan yang sangat tinggi terkadang membuat para pebisnis untuk melakukan segala macam cara agar barang produk/jasa yang dihasilkan bisa beredar di masyarakat dan mendapat respon positif. Hal yang biasa dilakukan adalah meniru merek yang sudah terkenal dan memiliki reputasi baik di publik dengan kualitas produk yang cukup menjamin dengan rentang harga yang lebih rendah dibandingkan dengan produk aslinya dan mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Hal ini sebenarnya terjadi karena masih adanya sifat komparatif dan itikad tidak baik (Gultom, 2018).

Sebelumnya makna dan pengertian merek juga sudah diatur dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001, namun semakin berkembangnya zaman pengertian merek juga mengalami perubahan mengikuti perkembangan dan kebutuhan masyarakat yang kemudian makna dan pengertian merek diatur dan dijelaskan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang MIG menjelaskan, bahwa merek merupakan sebuah tanda pengenal yang terdapat pada produk berupa gambar, tulisan, kata-kata maupun susunan huruf, angka dan warna yang dibuat dalam bentuk 2 dimensi/3 dimensi baik dalam bentuk suara, hologram ataupun kombinasi dari 2 unsur lebih yang berfungsi sebagai pembeda produk barang atau jasa yang dihasilkan oleh pengusaha/para pedagang.

Pada penelitian Zaenal dan Muhammad (dalam Arifin & Iqbal, 2020) menjelaskan bahwa pada era revolusi 4.0 perkembangan teknologi yang berkembang pesat dikembangkan untuk membuat dan membantu mengembangkan proses pembuatan merek dengan mengembangkan inovasi-inovasi baru untuk menghasilkan suatu yang berbeda dari produk/jasa kebanyakan. Suatu barang dinilai berharga bukan dari barang itu sendiri, melainkan pengaruh dari *brand* tersebut (Shaleh & Trisnabilah, 2020).

Pengaruh merek dalam perdagangan nasional/internasional sangat besar terhadap tingkat kesuksesan suatu produksi perusahaan. Merek merupakan bagian dari HKI untuk itu agar terhindar dari pemalsuan dan pemboncengan merek (*passing off*) maka perlu dilindungi dan

mendapatkan kepastian hukum. Hal ini berfungsi untuk menghindari kelalaian, berujung pelanggaran hukum itulah mengapa perlindungan merek secara nasional/internasional sangat penting (Shaleh & Trisnabilah, 2020).

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1994 tentang pengesahan WTO (*Agreement Establishing The World Trade Organization*) menjelaskan bahwa Istilah HKI merupakan terjemahan dari *Intellectual Property Right (IPR)*. Di Indonesia dasar hukum pengaturan HKI terus mengalami perkembangan seiring dengan berkembangnya zaman. HKI merupakan hak yang timbul dari buah hasil pemikiran seseorang yang bersifat pribadi (*privacy*) (Sinaga, 2020). Merek sebagai bagian dari HKI mengandung *The Principle Natural Justice* yang menyangkut tentang keadilan adanya hak dan imbalan yang diterima oleh pencipta merek atas karya yang dihasilkan. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Indonesia menganut prinsip *First to File* artinya hanya merek yang mendaftarkan mereknya pertama kali ke Direktorat Jenderal Kekayaan Hak Intelektual yang akan mendapat Perlindungan hukum (Yessiningrum, 2015).

Indonesia sebelumnya menganut sistem deklaratif untuk memperoleh perlindungan hukum sistem ini mendasarkan bahwa pihak yang pertama kali menggunakan merek tersebut dialah sebagai pemilik sah nya. Namun sistem ini belum bisa mengakomodir seluruh keperluan hukum dan belum memberikan kepastian serta banyak menimbulkan asumsi penghambat perkembangan dunia usaha. Terjadinya perubahan sistem pendaftaran ke sistem konstitusi dianggap lebih bisa memberikan perlindungan hukum dikarenakan Sistem konstitutif hanya memberikan perlindungan hukum kepada pihak yang pertama sebagai pendaftar atas merek tersebut dengan diberlakukannya Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek (Arifin dan Iqbal, 2020). Dan kemudian berkembang atas diakuinya Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang merek dan berkembang lagi menjadi Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang MIG. Suatu regulasi atau peraturan di ubah jika dinilai tidak bisa mengakomodir keperluan masyarakat.

Terhadap merek yang telah didaftarkan negara memberikan hak secara eksekutif. Oleh karena itu hak merek masih termasuk dalam hak kebendaan yang dapat dialihkan kepemilikannya kepada orang lain. Bukti kepemilikan terhadap merek tersebut dibuktikan dengan sertifikasi hak merek. Pencatatan merek ditujukan untuk mendapatkan perlindungan dan kepastian hukum. Mengingat bahwa potensi terjadinya sengketa antar pihak terhadap kepemilikan merek masih tergolong cukup besar. Sebagai negara yang mengadopsi *civil law*, oleh karena itu bukti di atas kertas menjadi sangat penting (Nopiana & Disemadi, 2021).

Pendaftaran merek yang diterima dan ditolak diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang MIG Pasal 21 (Shaleh & Trisnabilah, 2020). Perlindungan hukum diberikan kepada merek terdaftar selama 10 (sepuluh tahun) sejak diterbitkannya surat sertifikasi hak kepemilikan dan dapat diperpanjang kembali.

Penelitian Arifin dan Iqbal (2020) memberikan kesimpulan bahwa perlindungan hukum terhadap merek terdaftar dapat berakhir karena telah berakhirnya masa hak kepemilikan, penghapusan merek akibat permintaan pribadi dan gugatan dari pihak lain. Penghapusan merek juga bisa terjadi karena terdapatnya itikad tidak baik dalam pendaftarannya salah satu contoh kasus yaitu berakhirnya hak kepemilikan merek MS GLOW dikarenakan dinilai terdapat nilai itikad tidak baik saat mendaftarkan mereknya pada 2016 lalu.

Konflik dalam sengketa antar pihak memang tidak bisa dihindari, tingkat perubahan transformasi digital di era reformasi 4.0 mempengaruhi sebagian besar kehidupan masyarakat dan perkembangan pasar. Untuk menghindari dan meminimalisir pelanggaran hukum terhadap merek maka negara memberikan perlindungan baik secara perdata maupun pidana. Perlindungan hukum secara perdata diselesaikan dengan pengadilan niaga dan arbitrase. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang MIG Pasal 40 menjelaskan tentang bagi pihak pemegang merek jika merasa tertugikan dikarenakan adanya tindakan pelanggaran merek akibat pihak lain bisa melakukan permohonan gugatan ke pengadilan niaga. Perlindungan hukum secara pidana dapat diberlakukan berdasarkan teori *Ultimum Remedium* sebagai penyelesaian terakhir dari sengketa, pemberian sanksi pidana terhadap pelanggaran merek didasari oleh Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang MIG Pasal 100 dan Pasal 101 (Nopiana & Disemadi, 2021).

Implementasi Perlindungan Hukum Merek Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016. MS GLOW merupakan *brand* kosmetik lokal ternama di Indonesia, MS GLOW sendiri didirikan oleh Shandy Purnamasari bersama istrinya Maharani Kumala pada 2013. *Magic For Skin* merupakan singkatan *motto* dari MS GLOW yang mencerminkan produk *glowing* di Indonesia hingga terciptanya nama merek MS GLOW, untuk menunjukkan kualitas dan kepercayaan publik MS GLOW telah teruji dan dilisensi melalui BPOM dan halal sehingga bisa digunakan oleh usia 17 (tujuh belas) tahun hingga ibu hamil. *Brand* lokal kecantikan ini terus menarik minat pasar Indonesia hingga 2017 MS GLOW berhasil mendirikan dua klinik dengan nama MS GLOW ic. Klinik pertama, berdiri di Daerah Malang dan klinik kedua berdiri di daerah Denpasar Bali. *Brand* MS GLOW telah berkembang menjadi *skincare, bodycare Aesthetic Clin* dan kosmetik yang merambat hingga ke mancanegara.

Agustus 2021 *brand* PSTORE GLOW mulai diluncurkan oleh Septia Siregar bersama istri selaku Pendiri dari *brand* tersebut. Sejak kemunculannya pada 2021 PSTORE GLOW telah merilis berbagai produk kecantikan yang siap di pasarkan di kalangan masyarakat. Produk-produk PSTORE GLOW juga telah teruji melalui BPOM dan bersertifikat sehingga aman untuk digunakan. Kemunculan *brand* PSTORE GLOW dinilai merugikan terhadap *brand* MS GLOW karena dinilai sekilas mirip dengan *brand* tersebut. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang MIG, bahwa merek baik berupa desain logo tidak boleh digunakan sembarangan tanpa izin dari pemegang sah merek tersebut. Sehingga menyebabkan timbulnya sengketa antar dua *brand* tersebut.

Adapun kronologi kasus yang menimpah MS GLOW terhadap PSTORE GLOW adalah berawal pada Maret 2022 pihak MS GLOW menggugat pihak PSTORE GLOW ke pengadilan Negeri Medan. Kasus ini berawal ketika Septia Siregar selaku pemilik sah dari PSTORE GLOW berencana meluncurkan *brand* tersebut, yang sebelum peluncurannya Septia Siregar telah menghubungi pemilik dari *brand* MS GLOW untuk melakukan kerja sama pada 2019 lalu. Namun hingga peluncuran produk PSTORE GLOW pada Agustus 2021 tanpa menggandeng Shandi dan produk yang diluncurkan oleh PSTORE dianggap mirip dengan produk MS GLOW.

Pada 15 Maret 2022 Shandi Purnamasari mengajukan gugatan ke pengadilan negeri Medan dengan nomor pendaftaran 2/Pdt.Sus.HKI/Merek/2022/PN Niaga Mdn. Pada tanggal 20 September 2016, MS GLOW mengajukan permohonan ke Direktorat Jenderal Hak kekayaan Intelektual untuk melakukan pendaftaran merek dagang dengan nama “MS GLOW/*for Skincare* + LOGO” dengan nomor permohonan D002016044408 dan dengan demikian terdaftar untuk pertama kalinya bahwa Shandi Purnamasari adalah pemegang dan pemilik sah atas merek tersebut dan terdaftar dengan Nomor. IDM000633038. Akibat dari pendaftaran tersebut merek

mendapatkan perlindungan hukum bila mana ada pengguna lain yang menggunakan merek tersebut tanpa seizin pemilik sah dari merek tersebut. Hak eksklusif juga diberikan oleh negara atas merek tersebut hingga 26 September 2026 hal ini didasari oleh “Pasal 35 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang MIG”. Pengadilan Negeri Medan, MS GLOW dinyatakan menang dan oleh karenanya majelis hakim memutuskan untuk membatalkan pendaftaran merek “PSTORE GLOW” dan “PSTORE GLOW MEN”. Majelis menyebutkan bahwa penggugat adalah satu-satunya pemilik sebenarnya dan pengguna pertama merek dagang MS GLOW/*for Skin care + LOGO*” dan MS GLOW *FOR MEN*. Secara lengkap PSTORE GLOW dinilai telah melakukan itikad buruk karena telah melakukan perbuatan menjiplak dan meniru merek yang sudah ada (Putusan Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Medan, 2022).

Merasa tidak adil dengan hasil putusan Pengadilan Niaga Medan PSTORE GLOW kemudian mengajukan permohonan gugatan pengadilan Pengadilan Niaga Surabaya dengan menggugat sekaligus 6 (enam) pihak yang berkaitan dengan MS GLOW, dengan nomor register kasus 2/Pdt.Sus.HKI/Merek/2022/PN. Niaga, PSTORE GLOW pertama kali didirikan pada tahun 2021 dan tanpa penundaan langsung mendaftarkan merek tersebut dengan kelas produk kecantikan. Dalam kasus ini PSTORE GLOW memenangkan konteks merek di pengadilan Niaga Surabaya. Dan menyebabkan pihak yang tergugat MS GLOW harus membayar ganti rugi senilai Rp. 37,9 miliar terhadap PSTORE GLOW bukan hanya itu saja Pengadilan Niaga Surabaya juga memutuskan untuk melakukan pemberhentian produksi dan menarik semua produk yang telah beredar di pasar. Panel juri juga mengungkapkan bahwa merek MS GLOW ternyata bukan pemegang sertifikat merek MS GLOW kelas 3 kosmetik melainkan terdaftar untuk produk kelas 32 yaitu produk berupa minuman serbuk teh yang tidak layak dipakai sebagai produk kosmetik. Pendaftaran merek tidak sesuai spekulasi akan menyebabkan hilangnya hak eksklusif. MS GLOW mengklaim bahwa *brand* MS GLOW telah terdaftar terlebih dahulu tepatnya 2016 sedangkan PSTORE GLOW baru mendaftarkan mereknya pada tahun 2021.

Dapat dilihat bahwa berdasarkan kasus ini, merek yang mendapatkan perlindungan hukum seutuhnya adalah merek yang didaftarkan sudah sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang MIG dan sudah sesuai dengan kelas produk. Berdasarkan dua putusan pengadilan diatas bahwa perlindungan hukum yang timbul atas pendaftaran sudah memiliki kepastian hukum dengan catatan harus bisa membuktikan bahwa bersangkutan adalah pemilik sah dari merek tersebut sewaktu-waktu jika diperlukan pembuktian seperti dalam kasus ini. MS GLOW memang terlebih dahulu melakukan pendaftaran namun mendaftarkan saja tidak cukup melainkan harus mendaftarkan dengan benar dan tepat. Dari kejadian ini, kita dapat mengetahui bahwa merek yang telah terdaftar ke Direktorat Kekayaan Hak Intelektual bisa batal karena dianggap melakukan pendaftaran dengan itikad tidak baik.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Merek merupakan bagian dari HKI, sebagai negara yang menganut sistem konstitusi perlindungan merek hanya diberikan kepada merek yang pertama mendaftarkan mereknya ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Merek yang tidak didaftarkan tidak akan mendapat hak eksklusif dari negara. Pendaftaran merek akan menimbulkan perlindungan dan kepastian hukum hal ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang MIG. Bagi pemilik sah atas merek negara memberikan hak eksklusif 10 (sepuluh tahun) dari diterbitkannya sertifikasi merek. Sebagai negara yang menganut sistem *civil law* bukti diatas kertas sangatlah penting.

Dalam pendaftaran merek pihak yang mendaftarkan mereknya harus memperhatikan merek yang didaftarkan sudah sesuai dengan Undang-Undang yang berlaku agar suatu saat ketika terjadi sengketa merek antar pihak. Maka pemilik sah dari merek tersebut harus bisa membuktikan bahwa merek terdaftar telah sesuai dengan persyaratan penerbitan merek tanpa melanggar itikad baik. Agar di kemudian hari tidak terjadi pembatalan atas merek dikarenakan terdapatnya itikad tidak baik.

Ucapan Terima Kasih (*Acknowledgement*)

Dengan diselesaikannya penelitian ini, berterima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan arahan sehingga tulisan ini bisa selesai tepat waktu.

REFERENSI

- Arifin, Z. & Iqbal, M. (2020). Perlindungan hukum terhadap merek yang terdaftar. *Ius Constituendum*, 5(1), 47-54.
- Balqiz, G. W. (2021). Perlindungan Merek sebagai hak kekayaan intelektual studi di kota semarang, indonesia. *Journal of judicial Review*, 23(1), 41-45.
- Gultom, M. H. (2018). Perlindungan hukum bagi pemegang hak merek terdaftar terhadap pelanggaran merek. *Jurnal Warta*, (56).
- Hastuti, I. (2019). Perlindungan hukum bagi pemilik terkenal berdasarkan undang-undang nomor 20 tahun 2016 tentang hak merek dan indikasi geografis. *Jurnal Ilmiah Hukum dan Dinamika Masyarakat*, 16(2), 174-184.
- Nopiana & Disemadi, H. S. (2021). Perlindungan hukum terhadap pemegang hak merek: Suatu kajian komparatif antara jepang dan indonesia. *Widya Yuridika: Jurnal Hukum*, 4(2), 289-400.
- Putusan Mahkamah Agung, No. 2/Pdt.Sus.HKI/Merek/2022/PN Niaga Mdn.
- Putusan Mahkamah Agung, No. 2/Pdt.Sus.HKI/Merek/2022/PN.Niaga Sby.
- Sinaga, N. A. (2020). Pentingnya perlindungan hukum kekayaan intelektual bagi pembangunan ekonomi bagi pembangunan ekonomi indonesia. *Jurnal Hukum Sasana*, 6(2), 144-165.
- Shaleh, A. I. & Trisnabilah, S. (2020). Perlindungan hukum terhadap persamaan merek untuk barang atau jasa yang sejenis: studi merek bossini. *Journal of Judicial Review*, 22(2), 291-300.
- Sheilindry, I., Mada, A. Z. & Syarifudin, A. (2021) Perlindungan hak kekayaan intelektual dalam kontrak bisnis elektronik atas pemegang hak merek dagang. *Simbur Cahaya: Jurnal Ilmu Hukum*, 28(2), 282-294. 10.28946/sc.v28i2.1317.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016
- Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001
- Yessiningrum, W. R. (2015). Legal protection on geographical indication as a part of intellectual protection rights. *Kajian Hukum dan Keadilan*, 43-53.