

ANALISIS FRASA MEREK TERKENAL DALAM PENYELESAIAN SENGKETA MEREK (STUDI KASUS PUTUSAN NOMOR 880 K/Pdt.Sus-HKI/2019)

I Putu Ryan Adi Pramana¹, I Gede Agus Kurniawan²

Prodi Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Pendidikan Nasional Denpasar^{1,2}
Jl. Bedugul No.39, Sidakarya, Denpasar Selatan, Kota Denpasar, Bali 80224
adiiputuryan@gmail.com

Abstrak

Perlindungan hukum terhadap merek terkenal merupakan isu strategis dalam hukum kekayaan intelektual di Indonesia, khususnya setelah berlakunya Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Meskipun undang-undang tersebut memuat ketentuan mengenai merek terkenal, tidak terdapat definisi yang tegas sehingga menimbulkan multitafsir dalam praktik peradilan. Kondisi ini berimplikasi pada ketidakpastian hukum bagi pemilik merek yang menjadikan reputasi dan pengakuan publik sebagai aset utama dalam persaingan bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji penafsiran Mahkamah Agung dalam Putusan Nomor 880 K/Pdt.Sus-HKI/2019 serta menganalisis dampak multitafsir frasa “merek terkenal” terhadap kepastian hukum hak pemilik merek. Dengan demikian, penelitian ini berupaya memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai posisi frasa “merek terkenal” dalam praktik hukum, serta kontribusinya terhadap perkembangan doktrin hukum merek di Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan kasus (*case approach*). Bahan hukum primer berupa undang-undang dan putusan pengadilan, sedangkan bahan hukum sekunder diperoleh dari literatur, doktrin, dan kajian akademik terkait perlindungan merek terkenal. Analisis dilakukan secara kualitatif preskriptif melalui interpretasi dan konstruksi hukum terhadap norma serta fakta kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa multitafsir frasa “merek terkenal” menimbulkan ketidakpastian hukum, baik bagi pemilik merek maupun konsumen, karena parameter penentuannya tidak jelas dan bergantung pada interpretasi hakim. Putusan Mahkamah Agung Nomor 880 K/Pdt.Sus-HKI/2019 memperlihatkan upaya peradilan mengadopsi parameter internasional seperti reputasi, pengakuan publik, dan intensitas penggunaan sebagai dasar perlindungan substantif. Kebaruan penelitian ini terletak pada fokus analisis frasa “merek terkenal” sebagai titik lemah normatif dalam perlindungan hukum merek, yang berimplikasi langsung pada kepastian hukum dan kebutuhan reformasi regulasi.

Kata Kunci: Merek Terkenal; Multitafsir; Kepastian Hukum; Perlindungan Merek; Putusan Mahkamah Agung.

Abstract

The legal protection of well-known trademarks constitutes a strategic issue in intellectual property law in Indonesia, particularly following the enactment of Law Number 20 of 2016 concerning Trademarks and Geographical Indications. Although this law regulates well-known trademarks, it does not provide a precise definition, thereby creating multiple interpretations in judicial practice. This ambiguity generates legal uncertainty for trademark owners, who rely on reputation and public recognition as vital assets in business competition. This study aims to examine the Supreme Court's interpretation in Decision Number 880 K/Pdt.Sus-HKI/2019 and to analyze the impact of the multi-interpretation of the phrase “well-known trademark” on the legal certainty of trademark owners' rights. Accordingly, this research seeks to provide a more comprehensive understanding of the legal position of the phrase “well-known trademark” in judicial practice and its contribution to the development of trademark law doctrine in Indonesia. The research employs a normative legal method using both a statute approach and a case approach. Primary legal materials consist of legislation and court decisions, while secondary legal materials are derived from literature, legal doctrines, and academic studies related to the protection of well-known

trademarks. The analysis was conducted qualitatively and prescriptively through interpretation and legal construction of norms and case facts. The findings reveal that the multi-interpretation of the phrase “well-known trademark” produces legal uncertainty for both trademark owners and consumers, as the parameters remain unclear and highly dependent on judicial interpretation. The Supreme Court’s Decision Number 880 K/Pdt.Sus-HKI/2019 demonstrates judicial efforts to adopt international parameters such as reputation, public recognition, and intensity of use as the basis for substantive protection. The novelty of this research lies in its focus on analyzing the phrase “well-known trademark” as a normative weakness in trademark protection, which directly affects legal certainty and highlights the urgent need for regulatory reform.

Keywords: Well-Known Trademark; Multi-Interpretation; Legal Certainty; Trademark Protection; Supreme Court Decision.

Pendahuluan

Perkembangan perdagangan internasional dan arus globalisasi telah membawa implikasi yang signifikan terhadap dinamika hukum kekayaan intelektual. Kekayaan intelektual adalah kekayaan tak berwujud yang diciptakan melalui jecerdikan atau kreativitas manusia yang memiliki nilai ekonomi, salah satunya yakni merek.¹ Merek tidak hanya berfungsi sebagai penanda asal-usul barang atau jasa, tetapi juga sebagai simbol reputasi, kualitas, dan identitas hukum yang dilindungi.² Dalam konteks ekonomi modern, keberadaan merek seringkali menjadi aset tak berwujud yang bernilai tinggi bagi pelaku usaha.³ Nilai ekonomi merek bahkan dapat melampaui nilai material dari produk itu sendiri, karena daya tarik konsumen lebih banyak dipengaruhi oleh kepercayaan dan persepsi terhadap merek.⁴ Hal ini menjadikan merek sebagai salah satu instrumen strategis dalam meningkatkan daya saing usaha, baik pada level nasional maupun global.

Peningkatan nilai strategis merek pada gilirannya menuntut adanya sistem hukum yang mampu memberikan perlindungan yang efektif dan memadai. Tujuan perlindungan merek pada awalnya dimaksudkan untuk membagikan proteksi hukum kepada hak moral serta ekonomi dari para pencipta dalam ciptaan mereka serta hak-hak publik buat mengakses kreasi tersebut, dan yang kedua merupakan buat mempromosikan kreativitas serta penyebaran serta pelaksanaan hasil kreativitas manusia serta buat mendesak perdagangan yang adil yang hendak berkontribusi pada pembangunan ekonomi serta sosial.⁵ Perlindungan hukum terhadap merek diperlukan bukan hanya untuk melindungi pemiliknya dari tindakan pelanggaran, tetapi juga untuk menciptakan iklim persaingan usaha yang

¹ I Gede Agus Kurniawan et al., “Utilitarianism Versus Communalism: A Legal Theory Analysis of Intellectual Property Rights Ethics in Global North and South,” *Jambe Law Journal* 8, no. 1 (June 30, 2025): 229–54, <https://doi.org/10.22437/HOME.V8I1.450>.

² Rachel Wahyunita Theodor Manurung and Wilma Silalahi, “Perlindungan Hukum Terhadap Suatu Merek Terdaftar Di Indonesia,” *USRAH: Jurnal Hukum Keluarga Islam* 6, no. 1 (January 29, 2025): 183–98, <https://doi.org/10.46773/USRAH.V6I1.2121>.

³ Hadi Muhammad Tajuddin and Romi Faslah, “Urgensi Reformasi Perlindungan Merek Dalam Dinamika Hukum Bisnis Indonesia,” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital* 2, no. 4 (June 19, 2025): 2515–18, <https://jurnal.ittc.web.id/index.php/jebd/article/view/2775>.

⁴ Dinda Ayu Lestari et al., “Analisis Tentang Keputusan Konsumen Dalam Menentukan Suatu Produk Berdasarkan Merknya,” *Jurnal Sains, Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Hukum* 2, no. 3 (June 28, 2025): 231–37, <https://doi.org/10.60126/SAINMIKUM.V2I3.1061>.

⁵ I Gede Agus Kurniawan, “SOSIALISASI CARA MENDAFTARKAN MEREK DAGANG DI KEDISAN KINTAMANI,” *Parta: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2, no. 2 (March 16, 2021): 87–96, <https://doi.org/10.38043/PARTA.V2I2.3289>.

sehat.⁶ Di Indonesia, pengaturan mengenai merek diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.⁷ Undang-undang ini hadir sebagai respon terhadap kompleksitas permasalahan hukum terkait merek yang sebelumnya diatur dalam undang-undang lama, dengan tujuan memperkuat perlindungan hukum, menyesuaikan dengan standar internasional, serta memberikan kepastian hukum bagi para pihak.⁸ Salah satu aspek yang menonjol dalam undang-undang tersebut adalah pengaturan mengenai merek terkenal yang kerap menjadi objek sengketa.

Merek terkenal menempati posisi khusus dalam sistem hukum merek karena statusnya yang memiliki pengakuan luas, baik secara nasional maupun internasional.⁹ Merek terkenal kerap menghadapi persoalan terkait tindakan pendaftaran oleh pihak lain dengan itikad tidak baik. Fenomena ini dikenal sebagai *Passing Off* atau pemboncengan ketenaran, di mana pihak tertentu berusaha mengambil keuntungan dengan mendaftarkan merek yang menyerupai atau sama dengan merek terkenal.¹⁰ Praktik semacam ini menimbulkan potensi kerugian bagi pemilik asli merek terkenal, sekaligus menyesatkan konsumen. Oleh karena itu, perlindungan terhadap merek terkenal menjadi krusial untuk mencegah terjadinya persaingan usaha tidak sehat sekaligus menjamin keadilan dalam transaksi perdagangan.

Meski Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 telah mengatur mengenai merek terkenal, ketentuan yang ada seringkali masih menimbulkan persoalan dalam penerapannya. Salah satu permasalahan pokok yang muncul adalah bagaimana menentukan suatu merek dapat dikategorikan sebagai merek terkenal. Ketiadaan definisi eksplisit dalam undang-undang memunculkan ruang interpretasi yang luas bagi hakim maupun pihak yang berperkara. Akibatnya, sengketa mengenai merek terkenal seringkali menimbulkan putusan yang berbeda-beda antara satu perkara dengan perkara lain. Variasi putusan menunjukkan adanya kebutuhan untuk memperjelas parameter hukum yang dapat dijadikan dasar dalam menetapkan status suatu merek sebagai merek terkenal.

Persoalan tersebut tercermin dalam praktik peradilan, di mana sengketa merek terkenal tidak jarang menimbulkan perdebatan panjang antara para pihak.

⁶ Joni Sandri Ritonga, Nurbaiti Tanjung, and Putri Dwi Permatasari, "Hak Kekayaan Intelektual Dalam Hukum Bisnis: Perlindungan Dan Penegakan Hukum Atas Merek Dan Paten Di Indonesia," *EKOMAN: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen* 2, no. 2 (July 9, 2024): 141–74, <https://doi.org/10.61930/EKOMAN.V2I2.102>.

⁷ Vika Husnul Khotimah and Rani Apriani, "Faktor-Faktor Penyebab Terjadinya Pelanggaran Hak Merek Berupa Pemboncengan Reputasi (*Passing Off*) Merek Terkenal Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis," *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 8, no. 20 (October 24, 2022): 398–408, <https://doi.org/10.5281/ZENODO.7243144>.

⁸ Revie Rachmansyah Pratama and Kholis Roisah, "Hubungan Hukum Terhadap Kepemilikan Hak Cipta Yang Dijadikan Merek Bagi Pencipta Dan Pemegang Merek," *JURNAL USM LAW REVIEW* 8, no. 1 (January 29, 2025): 65–85, <https://doi.org/10.26623/JULR.V8I1.10363>.

⁹ Lionita Putri Lobo and Indirani Wauran, "KEDUDUKAN ISTIMEWA MEREK TERKENAL (ASING) DALAM HUKUM MEREK INDONESIA," *Masalah-Masalah Hukum* 50, no. 1 (January 31, 2021): 70–83, <https://doi.org/10.14710/MMH.50.1.2021.70-83>.

¹⁰ Sa'ad Khadiq Siroj, "PERLINDUNGAN HUKUM MENGENAI PEMBATALAN MEREK TERDAFTAR DALAM KASUS SENGKETA PEMBONCENGAN MEREK DAGANG (PASSING OFF) DI INDONESIA" (Universitas Islam Sultan Agung , 2025).

Salah satu studi kasus yang relevan dalam konteks ini adalah Putusan Mahkamah Agung Nomor 880 K/Pdt.Sus-HKI/2019. Perkara tersebut menjadi sorotan karena menyangkut interpretasi mengenai kedudukan hukum frasa “merek terkenal” dalam penyelesaian sengketa. Dalam kasus tersebut, pemahaman mengenai merek terkenal menjadi sentral dalam menentukan apakah tindakan pendaftaran yang dilakukan oleh pihak tertentu dapat dikualifikasikan sebagai pelanggaran hak merek. Putusan ini menggambarkan bagaimana frasa “merek terkenal” memiliki implikasi langsung terhadap keberhasilan atau kegagalan klaim perlindungan hukum yang diajukan pemilik merek.

Ketiadaan kriteria yang tegas dalam undang-undang menuntut hakim untuk menggunakan pertimbangan hukum berdasarkan doktrin, prinsip umum, serta preseden putusan terdahulu. Hal ini menjadikan peran interpretasi hakim sangat dominan dalam penyelesaian sengketa merek terkenal. Namun, dominasi interpretasi ini sekaligus menimbulkan ketidakpastian hukum, karena setiap putusan dapat berbeda tergantung pada tafsir yang digunakan. Kondisi ini tentu tidak sejalan dengan tujuan hukum, yakni memberikan kepastian, keadilan, dan kemanfaatan. Oleh karena itu, penting untuk menganalisis secara lebih mendalam bagaimana frasa merek terkenal diposisikan dalam putusan-putusan pengadilan, termasuk dalam perkara Nomor 880 K/Pdt.Sus-HKI/2019, guna memahami arah perkembangan hukum merek di Indonesia.

Urgensi penelitian terhadap frasa merek terkenal dalam konteks Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 terletak pada kebutuhan akan kepastian hukum dan perlindungan yang efektif. Dengan semakin kompleksnya sengketa merek yang melibatkan merek terkenal, kajian akademik diperlukan untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai aspek normatif maupun aplikatif dari frasa tersebut. Analisis terhadap putusan pengadilan, khususnya yang sudah berkekuatan hukum tetap, menjadi penting karena putusan tersebut tidak hanya menyelesaikan sengketa, tetapi juga berfungsi sebagai rujukan dalam perkara sejenis di masa mendatang. Dengan demikian, penelitian mengenai frasa merek terkenal dalam putusan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan doktrin hukum merek di Indonesia, serta memperkuat sistem perlindungan terhadap merek terkenal dalam praktik peradilan.

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana penafsiran "merek terkenal" oleh Makamah Agung dalam Putusan Nomor 880 K/Pdt.Sus-HKi/2019?
2. Bagaimana dampak multtafsir frasa "merek terkenal" terhadap kepastian hukum hak pemilik merek?

Penelitian terkait analisa frasa “merek terkenal” telah dilakukan sebelumnya. Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Krisencia Indah Permata Celina Rere dan Trubus Rahardiansyah dalam *MIMBAR KEADILAN: Jurnal Ilmu Hukum* menyoroti praktik penggunaan label *inspired by* yang sering muncul pada produk parfum sebagai strategi pemasaran. Penelitian tersebut menekankan bagaimana penggunaan frasa tersebut dapat menimbulkan persoalan hukum, terutama dalam kaitannya dengan perlindungan merek dan potensi pelanggaran hak kekayaan intelektual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan label *inspired by* dapat menyesatkan konsumen karena mengasosiasikan produk tertentu

dengan merek terkenal tanpa adanya izin dari pemilik merek. Kajian ini memberikan gambaran mengenai tantangan perlindungan hukum terhadap merek dalam praktik bisnis modern, khususnya pada konteks pemasaran yang menggunakan bahasa sugestif untuk menarik konsumen.¹¹

Kedua, penelitian oleh Ramzy Sultan Nur Syarie dan Simona Bustani dalam *Reformasi Hukum Trisakti* membahas sengketa hukum mengenai pendaftaran kata “Miss Universe” sebagai merek dagang. Fokus penelitian ini terletak pada analisis yuridis mengenai apakah penggunaan kata tersebut memenuhi syarat substantif sebagai merek yang dapat dilindungi. Penelitian tersebut menegaskan bahwa frasa yang telah memiliki pengakuan internasional, seperti “Miss Universe,” berpotensi menimbulkan konflik hukum ketika didaftarkan oleh pihak tertentu sebagai merek, karena dapat melanggar prinsip keadilan dan perlindungan terhadap merek terkenal. Kajian ini memberikan kontribusi terhadap pemahaman bagaimana istilah atau frasa yang telah dikenal luas di ranah global dapat menjadi objek perdebatan hukum ketika bersinggungan dengan pendaftaran merek di Indonesia.¹²

Kebaruan dari penelitian ini terletak pada fokus analisis terhadap frasa “merek terkenal” dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 yang menjadi dasar penyelesaian sengketa merek, khususnya dalam konteks Putusan Mahkamah Agung Nomor 880 K/Pdt.Sus-HKI/2019. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang lebih menitikberatkan pada praktik penggunaan istilah komersial atau frasa populer dalam pendaftaran merek, penelitian ini menekankan aspek multitafsir frasa “merek terkenal” yang secara normatif tidak dijelaskan secara rinci dalam undang-undang, namun memiliki implikasi langsung terhadap kepastian hukum. Dengan demikian, penelitian ini berupaya menghadirkan perspektif baru yang mengisi kekosongan analisis hukum terkait peran frasa tersebut dalam menegakkan perlindungan hak merek di Indonesia.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menjawab dua rumusan masalah yang telah ditetapkan. Pertama, untuk menganalisis bagaimana dampak multitafsir terhadap frasa “merek terkenal” berpengaruh terhadap kepastian hukum bagi pemilik merek, mengingat ketidakjelasan definisi yang dapat menimbulkan ketidakpastian dalam penyelesaian sengketa. Kedua, untuk menelaah bagaimana Mahkamah Agung menafsirkan frasa “merek terkenal” dalam Putusan Nomor 880 K/Pdt.Sus-HKI/2019, serta sejauh mana putusan tersebut memberikan arah dalam praktik peradilan dan perlindungan hukum atas merek terkenal di Indonesia.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian hukum normatif dengan menitikberatkan pada kajian terhadap norma hukum positif yang berlaku dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis serta relevansinya dengan putusan pengadilan terkait sengketa merek terkenal. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan perundang-undangan (statute

¹¹ Krisencia Indah Permata, Celina Rere, and Trubus Rahardiansyah, “Analisis Hukum Bisnis Terhadap Penggunaan Label ‘Inspired By’ Pada Produk Parfum,” *MIMBAR KEADILAN: Jurnal Ilmu Hukum* 1, no. 6 (June 30, 2025): 199–208, <https://doi.org/10.5139.vol1iss6pp199>.

¹² Ramzy Sultan Nur Syarie and Simona Bustani, “TINJAUAN YURIDIS TERHADAP PENGGUNAAN KATA ‘MISS UNIVERSE’ SEBAGAI MEREK YANG TERDAFTAR: Juridical Review of the Use of the Term ‘MISS UNIVERSE’ as a Registered Trademark,” *Reformasi Hukum Trisakti* 7, no. 2 (May 31, 2025): 920–32, <https://doi.org/10.25105/REFOR.V7I2.22806>.

approach) dan pendekatan kasus (case approach) dengan menelaah secara mendalam Putusan Mahkamah Agung Nomor 880 K/Pdt.Sus-HKI/2019. Teknik pengolahan data dilakukan melalui studi kepustakaan terhadap bahan hukum primer, sekunder, dan tersier yang berkaitan dengan perlindungan merek terkenal. Selanjutnya, teknik analisis yang digunakan adalah analisis kualitatif preskriptif dengan cara menafsirkan, mengkonstruksi, dan menghubungkan norma hukum yang ada dengan fakta kasus, sehingga diperoleh argumentasi hukum yang sistematis mengenai penafsiran frasa "merek terkenal" dalam penyelesaian sengketa merek.

Hasil Penelitian

Ketiadaan definisi normatif yang jelas dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 berimplikasi serius terhadap kepastian hukum bagi pemilik merek. Multitafsir yang lahir dalam praktik peradilan tidak hanya menimbulkan beban pembuktian yang berat, tetapi juga membuka ruang inkonsistensi putusan, sehingga melemahkan fungsi hukum sebagai sarana perlindungan hak dan jaminan keadilan. Mahkamah Agung berupaya mengisi kekosongan tersebut dengan mengadopsi parameter internasional seperti reputasi, pengakuan publik, dan intensitas penggunaan merek, namun langkah tersebut masih bersifat kasuistik dan bergantung pada konstruksi hukum masing-masing majelis hakim.

Penafsiran "Merek Terkenal" Oleh Makamah Agung Dalam Putusan Nomor 880 K/Pdt.Sus-Hki/2019

Putusan Mahkamah Agung Nomor 880 K/Pdt.Sus-HKI/2019 merupakan salah satu preseden penting dalam praktik hukum merek di Indonesia, khususnya terkait dengan status "merek terkenal." Dalam putusan ini, Mahkamah Agung dihadapkan pada persoalan apakah merek yang dipersengketakan dapat dikualifikasikan sebagai merek terkenal, serta bagaimana perlindungan hukum seharusnya diberikan. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 mengakui peran penting tanda merek dalam perdagangan yang tidak hanya berdampak pada pelaku usaha tetapi juga konsumen yang mengandalkan merek sebagai indikator kualitas dan asal produk atau jasa.¹³ Kurniawan Ketentuan mengenai merek terkenal memang sudah diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, namun undang-undang tidak memberikan definisi baku yang eksplisit. Oleh karena itu, hakim harus menafsirkan ketentuan hukum berdasarkan doktrin, prinsip hukum, serta instrumen hukum internasional yang relevan. Penafsiran inilah yang menjadi pusat perdebatan dalam perkara ini.

Mahkamah Agung menekankan bahwa status merek terkenal tidak dapat semata-mata dilihat dari pendaftaran administratif, melainkan juga dari pengakuan luas di masyarakat. Dalam pertimbangannya, Mahkamah Agung menyinygung beberapa indikator, seperti intensitas penggunaan merek, promosi yang dilakukan, dan tingkat pengenalan publik terhadap merek tersebut. Indikator ini sejalan dengan ketentuan internasional yang tertuang dalam Pasal 6bis Konvensi Paris dan perjanjian TRIPs, yang menekankan pentingnya reputasi dan pengakuan

¹³ Rai Widiatmika et al., "The Problems Related to Potential Trademark Rights Infringement: Construction in Inclusive Legal Perspective on Unregistered Marks," *Jurnal Dinamika Hukum* 23, no. 3 (September 30, 2023): 499, <https://doi.org/10.20884/1.jdh.2023.23.3.3724>.

dalam menentukan suatu merek tergolong terkenal.¹⁴ Dengan demikian, Mahkamah Agung memperluas cakupan perlindungan merek dengan mempertimbangkan aspek non-formal di luar pendaftaran resmi.

Penafsiran Mahkamah Agung dalam kasus ini juga memperlihatkan adanya pergeseran dari sekadar perlindungan administratif menuju perlindungan substantif. Hakim menyadari bahwa pelanggaran terhadap merek terkenal tidak selalu bersifat langsung, tetapi sering kali muncul dalam bentuk peniruan yang halus melalui penggunaan frasa atau elemen merek yang menimbulkan asosiasi pada konsumen. Oleh karena itu, Mahkamah Agung menilai bahwa perlindungan merek terkenal harus mampu mencegah pemborongan ketenaran (*free riding*) yang berpotensi menyesatkan publik. Pendekatan substantif ini menunjukkan upaya peradilan untuk memperkuat perlindungan hukum meskipun terdapat kekosongan definisi yang tegas dalam undang-undang.

Mahkamah Agung menegaskan bahwa multiafsir frasa "merek terkenal" tidak boleh mengurangi kepastian hukum. Walaupun undang-undang tidak mendefinisikan secara jelas, hakim tetap berkewajiban menafsirkan berdasarkan asas keadilan, kepastian, dan kemanfaatan. Dalam perkara ini, Mahkamah Agung menafsirkan "merek terkenal" dengan mengadopsi parameter internasional yang sudah diterima secara luas. Dengan cara ini, Mahkamah Agung berupaya mengisi kekosongan hukum nasional melalui harmonisasi dengan prinsip hukum global. Pendekatan ini tidak hanya memberikan keadilan bagi pihak yang berperkara, tetapi juga menjaga kredibilitas Indonesia di kancah internasional.

Namun demikian, putusan ini juga memperlihatkan sisi dilematis karena kriteria yang digunakan hakim tidak dituangkan secara rigid dan terukur. Mahkamah Agung memang menggunakan indikator reputasi, intensitas penggunaan, dan pengakuan publik, tetapi tidak ada tolok ukur kuantitatif yang pasti. Akibatnya, penilaian mengenai merek terkenal masih sangat bergantung pada interpretasi hakim. Hal ini menimbulkan risiko inkonsistensi antar putusan di masa depan, mengingat setiap hakim bisa memiliki pandangan yang berbeda terhadap bukti dan fakta yang diajukan. Dengan demikian, meskipun putusan ini memperluas perlindungan hukum, ia tetap menyisakan ruang ketidakpastian hukum.

Dari perspektif perlindungan hak pemilik merek, putusan Mahkamah Agung ini menunjukkan keberpihakan terhadap pemilik merek yang memiliki reputasi luas. Dengan menegaskan bahwa pendaftaran oleh pihak lain yang menyerupai merek terkenal dapat dianggap sebagai pelanggaran, Mahkamah Agung menegakkan prinsip keadilan substantif. Hal ini memberikan pesan yang kuat bahwa hukum tidak boleh membiarkan pihak lain memanfaatkan ketenaran suatu merek tanpa izin.¹⁵ Perlindungan semacam ini tidak hanya melindungi kepentingan ekonomi pemilik merek, tetapi juga menjaga kepercayaan konsumen

¹⁴ Sita Nur et al., "Analisis Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Merek Dagang Asing Yang Terkenal Dari Pelanggaran Di Indonesia," *Unes Journal of Swara Justisia* 8, no. 2 (July 1, 2024): 258–75, <https://doi.org/10.31933/ABAVEV36>.

¹⁵ Ahmad Wahedani, Yayuk Sugiarti, and Abshoril Fitry, "PELANGGARAN TERHADAP MEREK TERKENAL YANG DITIRU OLEH PELAKU USAHA DALAM PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS," *Jurnal Jendela Hukum* 10, no. 2 (September 28, 2023): 159–75, <https://doi.org/10.24929/JJH.V10I2.2981>.

terhadap keaslian produk. Dengan demikian, putusan ini memperkuat fungsi hukum sebagai instrumen untuk menjaga integritas pasar.

Putusan ini juga memiliki implikasi penting terhadap perkembangan doktrin hukum merek di Indonesia. Dengan mengadopsi parameter internasional dalam menentukan "merek terkenal," Mahkamah Agung secara implisit mengarahkan agar sistem hukum nasional selaras dengan rezim hukum kekayaan intelektual global. Langkah ini penting karena Indonesia merupakan pihak dalam perjanjian TRIPs dan Konvensi Paris yang menuntut perlindungan terhadap merek terkenal. Harmonisasi ini menunjukkan komitmen peradilan Indonesia dalam menjaga konsistensi dengan standar internasional. Dengan demikian, putusan ini tidak hanya menyelesaikan sengketa domestik, tetapi juga berkontribusi pada legitimasi Indonesia dalam pergaulan hukum internasional.

Di sisi lain, putusan ini menimbulkan tuntutan baru bagi pembuat kebijakan agar segera memberikan kejelasan normatif dalam undang-undang. Jika multitafsir terhadap frasa "merek terkenal" dibiarkan terus-menerus, maka beban akan selalu jatuh pada hakim untuk menafsirkan tanpa pedoman baku. Hal ini berpotensi menimbulkan ketidakpastian hukum yang lebih besar di kemudian hari. Oleh karena itu, meskipun Mahkamah Agung telah berupaya memberikan perlindungan melalui interpretasi yang progresif, tetap diperlukan langkah legislatif untuk mempertegas parameter hukum mengenai merek terkenal. Putusan ini dengan demikian menjadi sinyal penting bagi pembuat undang-undang untuk melakukan reformasi normatif.

Dari aspek praktik peradilan, putusan ini menegaskan peran hakim sebagai *law maker* dalam kondisi kekosongan atau ketidakjelasan hukum.¹⁶ Mahkamah Agung mengambil peran aktif untuk memastikan perlindungan hukum tetap berjalan meskipun norma undang-undang belum memadai. Hal ini menunjukkan fleksibilitas hukum dalam merespons dinamika praktik bisnis yang kompleks. Namun, dominasi interpretasi hakim juga menimbulkan konsekuensi bahwa arah perlindungan merek terkenal sangat bergantung pada kecenderungan penafsiran peradilan. Dengan kata lain, kepastian hukum baru benar-benar dapat tercapai jika penafsiran hakim didukung dengan norma tertulis yang jelas.

Dengan demikian, penafsiran "merek terkenal" oleh Mahkamah Agung dalam Putusan Nomor 880 K/Pdt.Sus-HKI/2019 dapat dipandang sebagai langkah progresif namun belum final. Putusan ini memperkuat perlindungan substantif bagi pemilik merek terkenal dan memberikan kepastian dalam kasus yang ditangani. Akan tetapi, multitafsir masih menjadi persoalan mendasar yang hanya bisa diatasi melalui intervensi legislatif. Oleh karena itu, putusan ini lebih tepat dilihat sebagai *landmark decision* yang membuka jalan bagi reformasi hukum merek di Indonesia. Putusan tersebut mengisi kekosongan hukum, tetapi sekaligus menegaskan pentingnya penyusunan norma yang lebih komprehensif di masa depan.

Putusan Mahkamah Agung Nomor 880 K/Pdt.Sus-HKI/2019 menunjukkan bagaimana frasa "merek terkenal" ditafsirkan secara progresif untuk melindungi kepentingan pemilik merek dan konsumen. Meskipun masih terdapat kelemahan

¹⁶ Agi Attaubah Hidayat et al., "Penemuan Hukum Oleh Hakim Di Indonesia: Dasar, Metode, Serta Implikasinya Terhadap Kepastian Dan Keadilan Hukum," *Legalite: Jurnal Perundang Undangan Dan Hukum Pidana Islam* 10, no. 1 (2025): 123–40.

dalam hal kepastian hukum karena kriteria yang tidak terukur secara rigid, putusan ini memberikan kontribusi penting dalam praktik peradilan dan doktrin hukum merek di Indonesia. Penafsiran yang dilakukan Mahkamah Agung menegaskan bahwa hukum harus mampu merespons kebutuhan masyarakat dan perkembangan global, meskipun undang-undang belum sepenuhnya jelas. Oleh karena itu, putusan ini bukan hanya menyelesaikan sengketa, melainkan juga menjadi pendorong bagi lahirnya reformasi normatif dalam sistem hukum merek nasional.

Dampak Multitafsir Frasa "Merek Terkenal" Terhadap Kepastian Hukum Hak Pemilik Merek

Hak kekayaan intelektual memainkan peran penting secara global dalam mendorong inovasi, kreativitas dan pertumbuhan ekonomi dengan memberikan hak eksklusif kepada kreator, inovator dan pemegang merek atas karya atau invensi mereka.¹⁷ Ketidakjelasan definisi frasa "merek terkenal" dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 menyebabkan munculnya multitafsir dalam praktik hukum. Hal ini menimbulkan keraguan di kalangan pemilik merek mengenai sejauh mana perlindungan hukum dapat diperoleh ketika menghadapi pelanggaran. Ketidakpastian ini menciptakan kondisi di mana pemilik merek tidak dapat secara pasti mengetahui parameter apa saja yang digunakan untuk menentukan status mereknya sebagai terkenal. Akibatnya, kepastian hukum yang menjadi tujuan dasar peraturan perundang-undangan menjadi terganggu. Keadaan demikian menimbulkan risiko bagi pelaku usaha yang mengandalkan reputasi merek sebagai aset utama dalam persaingan bisnis.

Multitafsir tersebut juga berdampak pada disparitas putusan pengadilan. Hakim yang berbeda dapat menafsirkan frasa "merek terkenal" dengan menggunakan parameter yang tidak seragam, seperti reputasi, durasi penggunaan, atau cakupan promosi. Perbedaan tafsir ini berakibat pada lahirnya putusan yang inkonsisten, sehingga menurunkan kepercayaan masyarakat terhadap sistem peradilan. Pemilik merek pun berada dalam posisi yang lemah karena hasil perkara lebih bergantung pada interpretasi hakim daripada norma hukum yang jelas. Hal ini menunjukkan lemahnya fungsi undang-undang sebagai pedoman yang seharusnya memberikan arah yang seragam dalam penyelesaian sengketa.

Multitafsir frasa "merek terkenal" dapat menimbulkan beban pembuktian yang berat bagi pemilik merek. Dalam praktik, pihak yang mengklaim mereknya terkenal harus menghadirkan bukti-bukti luas seperti intensitas promosi, pangsa pasar, dan pengakuan konsumen. Namun, karena kriteria tidak ditentukan secara jelas, bukti tersebut dapat dianggap cukup oleh hakim tertentu, tetapi tidak memadai oleh hakim lain. Situasi ini membuat pemilik merek sering kali berada dalam ketidakpastian tentang strategi pembuktian yang efektif. Hal ini pada akhirnya menimbulkan kerugian waktu, biaya, dan tenaga dalam proses litigasi.

Dampak lain dari multitafsir adalah menurunnya nilai strategis merek sebagai aset perusahaan. Pemilik merek terkenal tidak lagi merasa yakin bahwa reputasinya akan mendapat perlindungan yang konsisten di hadapan hukum. Ketidakpastian ini dapat mengurangi minat investor atau mitra bisnis yang melihat

¹⁷ I Gede Agus Kurniawan et al., "Intellectual Property Rights and Ethics: A Comparison of Philosophical Approaches in Northern and Southern Countries," *Kosmik Hukum* 25, no. 1 (January 31, 2025): 106–23, <https://doi.org/10.30595/KOSMIKHUKUM.V25I1.24489>.

lemahnya jaminan perlindungan hukum di Indonesia. Lebih jauh, kondisi demikian juga berpotensi melemahkan daya saing merek nasional di pasar global, karena pemilik merek asing dapat meragukan kemampuan sistem hukum Indonesia dalam memberikan perlindungan yang efektif. Dengan kata lain, multitafsir ini berdampak tidak hanya pada kepastian hukum individual, tetapi juga pada iklim investasi dan perdagangan secara luas.

Multitafsir frasa "merek terkenal" juga membuka peluang penyalahgunaan hukum oleh pihak-pihak yang beritikad tidak baik. Pihak tertentu dapat dengan sengaja mendaftarkan merek yang menyerupai merek terkenal, lalu memanfaatkan ketidakjelasan kriteria untuk membela diri di pengadilan. Dalam kondisi demikian, pemilik merek terkenal akan mengalami kesulitan membuktikan klaimnya, sementara pihak pelanggar mendapatkan celah untuk lolos dari jerat hukum. Akibatnya, hukum justru gagal memberikan perlindungan yang semestinya, dan mendorong praktik pemboncengan ketenaran (*free riding*) semakin marak. Hal ini bertentangan dengan tujuan perlindungan merek yang hendak menciptakan persaingan usaha yang sehat.

Ketidakpastian ini menimbulkan implikasi negatif terhadap asas kepastian hukum yang merupakan bagian dari tujuan hukum menurut Gustav Radbruch, yaitu kepastian, keadilan, dan kemanfaatan.¹⁸ Dalam konteks merek, kepastian hukum berarti adanya parameter yang jelas agar pemilik merek dapat mengetahui hak-hak mereka dengan pasti. Ketika frasa "merek terkenal" multitafsir, maka kepastian hukum menjadi sulit tercapai. Keadaan ini juga dapat menimbulkan rasa tidak adil karena pihak yang memiliki reputasi besar tidak selalu mendapat perlindungan yang semestinya. Dengan demikian, multitafsir ini secara langsung merusak asas fundamental yang menjadi dasar sistem hukum itu sendiri.

Di sisi konsumen, multitafsir "merek terkenal" juga berimplikasi negatif. Konsumen berpotensi disesatkan oleh adanya produk dengan merek yang mirip atau menyerupai merek terkenal, karena hukum tidak secara konsisten melindungi keaslian merek. Kondisi ini melemahkan kepercayaan konsumen terhadap perlindungan hukum di bidang perdagangan. Pada akhirnya, bukan hanya pemilik merek yang dirugikan, tetapi juga konsumen yang kehilangan kepastian dalam memilih produk asli. Dampak ini menegaskan bahwa perlindungan merek tidak hanya bersifat privat untuk pemilik merek, melainkan juga memiliki dimensi publik yang melindungi konsumen. Oleh karena itu, multitafsir jelas mengganggu keseimbangan kepentingan hukum.

Dalam perspektif praktis, multitafsir menyebabkan terjadinya ketidakpastian dalam strategi komersial perusahaan. Pemilik merek terkenal harus mempertimbangkan risiko hukum setiap kali hendak melakukan ekspansi usaha atau memasuki pasar baru. Ketidakjelasan status merek membuat strategi branding menjadi lebih mahal, karena perusahaan harus menyiapkan pembuktian ekstra jika terjadi sengketa. Biaya transaksi yang meningkat ini berimplikasi pada ineffisiensi ekonomi secara nasional. Dengan demikian, multitafsir frasa "merek terkenal" memiliki dampak sistemik yang melampaui aspek hukum semata.

¹⁸ Dino Rizka Afdhali and Taufiqurrohman Syahuri, "IDEALITAS PENEGAKKAN HUKUM DITINJAU DARI PERSPEKTIF TEORI TUJUAN HUKUM," *Collegium Studiosum Jurnal* 6, no. 2 (December 12, 2023): 555–61, <https://doi.org/10.56301/CSJ.V6I2.1078>.

Selain itu, multitafsir frasa "merek terkenal" juga melemahkan efektivitas undang-undang. Norma hukum yang tidak jelas membuka ruang interpretasi yang terlalu luas bagi hakim, sehingga peraturan kehilangan daya ikat yang seragam. Kondisi ini membuat hukum tidak berfungsi sebagai instrumen pengendali sosial yang efektif. Padahal, salah satu fungsi utama undang-undang adalah menciptakan keseragaman perilaku dalam masyarakat, termasuk dalam dunia usaha. Ketika hal ini gagal diwujudkan, maka sistem hukum dianggap tidak mampu memberikan perlindungan yang memadai. Situasi ini jelas mengurangi legitimasi hukum itu sendiri.

Dengan demikian, dampak multitafsir frasa "merek terkenal" terhadap kepastian hukum hak pemilik merek sangat signifikan, baik secara individual maupun sistemik. Pemilik merek menghadapi ketidakpastian dalam pembuktian, konsistensi putusan, hingga perlindungan terhadap reputasi. Di sisi lain, konsumen pun ikut dirugikan oleh lemahnya jaminan hukum atas keaslian produk. Secara lebih luas, multitafsir ini juga berdampak pada iklim usaha dan daya saing Indonesia di pasar global. Oleh karena itu, diperlukan langkah konkret, baik melalui putusan pengadilan yang konsisten maupun perubahan legislatif, untuk memperjelas kriteria merek terkenal secara normatif.

Multitafsir frasa "merek terkenal" menimbulkan ketidakpastian hukum yang berpengaruh langsung pada perlindungan hak pemilik merek, kepentingan konsumen, serta stabilitas iklim usaha. Meskipun Mahkamah Agung berupaya menafsirkan secara progresif melalui putusan-putusan tertentu, tanpa adanya kejelasan normatif dalam undang-undang, multitafsir akan terus menimbulkan masalah. Oleh karena itu, urgensi untuk mempertegas kriteria merek terkenal melalui regulasi yang lebih komprehensif menjadi sangat penting demi mewujudkan kepastian hukum yang adil dan bermanfaat.

Kesimpulan

Penafsiran frasa "merek terkenal" masih menjadi isu sentral dalam penyelesaian sengketa merek di Indonesia. Mahkamah Agung mencoba mengisi kekosongan norma dengan mengadopsi indikator reputasi, intensitas penggunaan, dan pengakuan publik, yang sejalan dengan prinsip internasional dalam Konvensi Paris dan TRIPs Agreement. Namun, ketiadaan definisi tegas dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 menyebabkan putusan peradilan berpotensi bervariasi, sehingga menimbulkan ketidakpastian hukum. Putusan ini memperlihatkan bahwa perlindungan substantif terhadap pemilik merek terkenal telah diupayakan melalui interpretasi hakim, tetapi tetap menyisakan kelemahan normatif yang perlu segera diatasi melalui reformasi regulasi.

Multitafsir frasa "merek terkenal" berdampak langsung pada kepastian hukum bagi pemilik merek, konsumen, dan iklim usaha nasional. Ketidakjelasan parameter hukum menimbulkan beban pembuktian yang berat, inkonsistensi putusan, serta risiko pemboncengan ketenaran oleh pihak yang beritikad buruk. Hal ini bukan hanya melemahkan perlindungan hukum terhadap hak pemilik merek, tetapi juga berimplikasi pada kepercayaan konsumen serta menurunkan daya saing Indonesia di tingkat global. Dengan demikian, kepastian hukum terkait merek terkenal menjadi syarat mutlak agar hukum merek dapat menjalankan fungsi keadilan, kepastian, dan kemanfaatan secara seimbang.

Untuk mengatasi persoalan multitafsir dan memperkuat perlindungan hukum, diperlukan langkah konkret dari pembentuk undang-undang dengan

merumuskan kriteria yang jelas dan terukur mengenai frasa “merek terkenal” dalam peraturan perundang-undangan. Harmonisasi dengan standar internasional perlu diperkuat agar perlindungan hukum di Indonesia selaras dengan prinsip global, sekaligus memberikan kepastian bagi pemilik merek domestik maupun asing. Selain itu, Mahkamah Agung dapat menyusun pedoman atau *guidelines* bagi hakim dalam menilai status merek terkenal agar tercipta konsistensi dalam putusan peradilan. Dengan demikian, perlindungan terhadap merek terkenal dapat terwujud secara optimal dan memberikan kepastian hukum yang mendukung pertumbuhan ekonomi nasional.

Daftar Pustaka

- Afdhali, Dino Rizka, and Taufiqurrohman Syahuri. “IDEALITAS PENEGAKKAN HUKUM DITINJAU DARI PERSPEKTIF TEORI TUJUAN HUKUM.” *Collegium Studiosum Journal* 6, no. 2 (December 12, 2023): 555–61. <https://doi.org/10.56301/CSJ.V6I2.1078>.
- Hidayat, Agi Attaubah, R amdani Wahyu Sururi, Amalia Nur Anwari, Lulis Dia Sugiarti, Fachrial Ikhsan, and Ridwan Fauzi. “Penemuan Hukum Oleh Hakim Di Indonesia: Dasar, Metode, Serta Implikasinya Terhadap Kepastian Dan Keadilan Hukum.” *Legalite: Jurnal Perundang Undangan Dan Hukum Pidana Islam* 10, no. 1 (2025): 123–40.
- Khotimah, Vika Husnul, and Rani Apriani. “Faktor-Faktor Penyebab Terjadinya Pelanggaran Hak Merek Berupa Pemboncongan Reputasi (Passing Off) Merek Terkenal Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis.” *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 8, no. 20 (October 24, 2022): 398–408. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.7243144>.
- Kurniawan, I Gede Agus. “SOSIALISASI CARA MENDAFTARKAN MEREK DAGANG DI KEDISAN KINTAMANI.” *Parta: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2, no. 2 (March 16, 2021): 87–96. <https://doi.org/10.38043/PARTA.V2I2.3289>.
- Kurniawan, I Gede Agus, Putu Aras Samsithawrati, Fradhana Putra Disantara, I Nyoman Budiana, and Briggs Samuel Mawunyo Nutakor. “Utilitarianism Versus Communalism: A Legal Theory Analysis of Intellectual Property Rights Ethics in Global North and South.” *Jambe Law Journal* 8, no. 1 (June 30, 2025): 229–54. <https://doi.org/10.22437/HOME.V8I1.450>.
- Kurniawan, I Gede Agus, Putu Aras Samsithawrati, Fradhana Putra Disantara, Briggs Samuel Mawunyo Nutakor, and Mac Thi Hoai Thuong. “Intellectual Property Rights and Ethics: A Comparison of Philosophical Approaches in Northern and Southern Countries.” *Kosmik Hukum* 25, no. 1 (January 31, 2025): 106–23. <https://doi.org/10.30595/KOSMIKHUKUM.V25I1.24489>.
- Lestari, Dinda Ayu, Intan Dwi Siti Rukmini, Pirliani Pirliani, and Oki Iqbal Khair. “Analisis Tentang Keputusan Konsumen Dalam Menentukan Suatu Produk Berdasarkan Merknya.” *Jurnal Sains, Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Hukum* 2, no. 3 (June 28, 2025): 231–37. <https://doi.org/10.60126/SAINMIKUM.V2I3.1061>.
- Lobo, Lionita Putri, and Indirani Wauran. “KEDUDUKAN ISTIMEWA MEREK TERKENAL (ASING) DALAM HUKUM MEREK INDONESIA.”

- Masalah-Masalah Hukum* 50, no. 1 (January 31, 2021): 70–83. <https://doi.org/10.14710/MMH.50.1.2021.70-83>.
- Manurung, Rachel Wahyunita Theodor, and Wilma Silalahi. “Perlindungan Hukum Terhadap Suatu Merek Terdaftar Di Indonesia.” *USRAH: Jurnal Hukum Keluarga Islam* 6, no. 1 (January 29, 2025): 183–98. <https://doi.org/10.46773/USRAH.V6I1.2121>.
- Nur, Sita, Ramdhani Devi, Al Qodar, and Purwo Sulistyo. “Analisis Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Merek Dagang Asing Yang Terkenal Dari Pelanggaran Di Indonesia.” *Unes Journal of Swara Justisia* 8, no. 2 (July 1, 2024): 258–75. <https://doi.org/10.31933/ABAVEV36>.
- Permata, Krisencia Indah, Celina Rere, and Tribus Rahardiansyah. “Analisis Hukum Bisnis Terhadap Penggunaan Label ‘Inspired By’ Pada Produk Parfum.” *MIMBAR KEADILAN: Jurnal Ilmu Hukum* 1, no. 6 (June 30, 2025): 199–208. <https://doi.org/10.5139.vol1iss6pp199>.
- Pratama, Revie Rachmansyah, and Kholis Roisah. “Hubungan Hukum Terhadap Kepemilikan Hak Cipta Yang Dijadikan Merek Bagi Pencipta Dan Pemegang Merek.” *JURNAL USM LAW REVIEW* 8, no. 1 (January 29, 2025): 65–85. <https://doi.org/10.26623/JULR.V8I1.10363>.
- Ritonga, Joni Sandri, Nurbaiti Tanjung, and Putri Dwi Permatasari. “Hak Kekayaan Intelektual Dalam Hukum Bisnis: Perlindungan Dan Penegakan Hukum Atas Merek Dan Paten Di Indonesia.” *EKOMAN: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen* 2, no. 2 (July 9, 2024): 141–74. <https://doi.org/10.61930/EKOMAN.V2I2.102>.
- Siroj, Sa'ad Khadiq. “PERLINDUNGAN HUKUM MENGENAI PEMBATALAN MEREK TERDAFTAR DALAM KASUS SENGKETA PEMBONCENGAN MEREK DAGANG (PASSING OFF) DI INDONESIA.” Universitas Islam Sultan Agung , 2025.
- Syarief, Ramzy Sultan Nur, and Simona Bustani. “TINJAUAN YURIDIS TERHADAP PENGGUNAAN KATA ‘MISS UNIVERSE’ SEBAGAI MERAK YANG TERDAFTAR: Juridical Review of the Use of the Term ‘MISS UNIVERSE’ as a Registered Trademark.” *Reformasi Hukum Trisakti* 7, no. 2 (May 31, 2025): 920–32. <https://doi.org/10.25105/REFOR.V7I2.22806>.
- Tajuddin, Hadi Muhammad, and Romi Faslah. “Urgensi Reformasi Perlindungan Merek Dalam Dinamika Hukum Bisnis Indonesia.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital* 2, no. 4 (June 19, 2025): 2515–18. <https://jurnal.ittc.web.id/index.php/jebd/article/view/2775>.
- Wahedani, Ahmad, Yayuk Sugiarti, and Abshoril Fithry. “PELANGGARAN TERHADAP MERAK TERKENAL YANG DITIRU OLEH PELAKU USAHA DALAM PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MERAK DAN INDIKASI GEOGRAFIS.” *Jurnal Jendela Hukum* 10, no. 2 (September 28, 2023): 159–75. <https://doi.org/10.24929/JJH.V10I2.2981>.
- Widiatmika, Rai, A.A.A. Ngr. Sri Rahayu Gorda, I Gede Agus Kurniawan, and Syed Muhammad Huzaif. “The Problems Related to Potential Trademark Rights Infringement: Construction in Inclusive Legal Perspective on Unregistered Marks.” *Jurnal Dinamika Hukum* 23, no. 3 (September 30,

2023): 499. <https://doi.org/10.20884/1.jdh.2023.23.3.3724>.