

Perlindungan Hukum Terhadap Persamaan Pemegang Hak Atas Merek Dalam Persaingan Dagang*

Henny Novianti,¹ Joko Sriwidodo,² Sartono³

Universitas Jayabaya Jakarta

 [10.15408/jlr.v4i2.25410](https://doi.org/10.15408/jlr.v4i2.25410)

Abstract

Regarding the critical nature of trademark reform, Indonesia participated in the World Intellectual Property Organization's approval of the International Trademark Agreement (WIPO). The 1992 Trademark Law was updated in 1997 by Law No. 10 Resolution No. 14 of 1997, which takes into account the provisions of the International Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS-GATT). This clause protects the origin and geographical indicators of products. Additionally, the provision modifies the former in the preceding law. With regards to trademarks in Indonesia Each user has the ability to trademark his or her name. According to Article 3 of Law No. 20 of 2016 on Marks, trademark rights are granted to registered trademark owners, indicating that the brand system in Indonesia is a constitutive (active) system, with registered trademark owners being trademark rights holders. The registered mark's owner, as the mark's holder, either uses the mark himself or grants authorization to others to do so. Additionally, Article 40 of Law No. 20 of 2016 on Marks and Geographical Indications provides that trademark rights may be transferred in accordance with the Act's provisions.

Keywords: Legal Protection; Brand; Trade Competition

* Diterima: 25 Januari 2022, Revisi: 15 Februari 2022, Publish: 7 Maret 2022.

¹ **Henny Novianti** adalah Mahasiswa Magister Hukum di Universitas Jayabaya Jakarta.
Email: hennynovianti01@gmail.com

² **Joko Sriwidodo** adalah Dosen Pembimbing di Universitas Jayabaya Jakarta

³ **Sartono** adalah Dosen Pembimbing di Universitas Jayabaya Jakarta

A. PENDAHULUAN

Untuk membangun sebuah reputasi merek memerlukan biaya yang tidak sedikit dan waktu yang cukup lama serta hal lain yang juga tidak kalah penting bahwa reputasi yang baik akan menimbulkan kepercayaan dari konsumen. Perusahaan-perusahaan cenderung berupaya untuk mencegah orang/perusahaan lain untuk menggunakan merek tersebut dalam produk-produknya.⁴

Pengaturan aturan mengenai Indonesia sudah terdapat sejak zaman pemerintahan Hindia Belanda, sebagaimana tertuang pada Peraturan No. 1912 S.1912 No. 545 *Industrielem Eigendom* (Peraturan Kekayaan Industri). Peraturan tersebut hanya memuat 27 pasal yang menduplikasi Undang-Undang merek Belanda (*Merkenwet*).⁵ Undang-Undang Tanda Kolonial 1912 tetap berlaku karena penerapan ketentuan transisi pada UUD 1945 dan Undang-Undang RIS 1949 dan Undang-Undang Interim 1950.

Merek (*trademark*) selaku Hak Atas Kekayaan Intelektual pada dasarnya yakni ciri guna mengidentifikasi asal benda dan jasa (*an indication of origin*) dari sesuatu perseroan dengan benda dan/atau jasa perseroan lain. Merek ialah ujung tombak perdagangan benda serta jasa. Lewat merek, pengusaha bisa melindungi serta membagikan jaminan hendak mutu (*a guarantee of quality*) benda dan/atau jasa yang dihasilkan serta menghindari kegiatan persaingan (konkurensi) yang tidak jujur dari pengusaha lain yang beritikad kurang baik yang bermaksud membonceng reputasinya. Merek yang didukung media periklanan memungkinkan pengusaha untuk merangsang permintaan konsumen sambil mempertahankan loyalitas konsumen terhadap barang dan/atau jasa yang mereka hasilkan. Inilah yang memberi merek keunggulan kompetitif dan kepemilikan dalam bersaing di pasar global.⁶

Merek sering di identikkan dengan identitas untuk sesuatu produk yang dihasilkan oleh produsen, yang setelah itu jadi aset untuk produsen. Identitas suatu produk serta memaparkan kualitas sesuatu benda, perihal tersebut serta menunjukkan benda tersebut mempunyai karakteristik khas tertentu. Dalam kehidupan sehari-hari di dekat kita banyak sekali berlangsung pembajakan

⁴ Fajar Nurcahya Dwi Putra., *Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Atas Merek Terhadap Perbuatan Pelanggaran Merek.*, *Mimbar Keadilan, Jurnal Ilmu Hukum.*, Edisi: Januari - Juni 2014, Hal. 97 - 108

⁵ Yahya Harahap, *Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang No. 19 Tahun 1992*, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 1996), halaman 54.

⁶ Rahmi Jened, *Hukum Merek Dalam Era Global & Integrasi Ekonomi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), halaman 3-4.

terhadap sesuatu merek. Pembajakan merek tidak sedikit pula dilakukan dengan mutu yang berbeda, sehingga akan berdampak kepada dua perihal, ialah; kesatu, hendak mengganggu stabilitas ekonomi, dan kedua, terikat jaminan proteksi konsumen terhadap benda tersebut.⁷

Merek mencegah persaingan komersial yang tidak sehat, karena melalui merek dimungkinkan untuk membedakan asal, kualitas barang atau jasa yang serupa dan untuk menjamin keaslian produk. Merek adalah sesuatu yang melekat atau melekat pada suatu produk, tetapi bukan produk itu sendiri. Seringkali setelah produk dibeli, merek tidak dapat dinikmati oleh pembeli. Merek hanya dapat menciptakan kepuasan bagi pembeli. Benda-benda material yang dapat dinikmati. Ternyata, merek itu sendiri hanyalah objek tidak berwujud yang tidak dapat memberikan apapun secara fisik. Hal ini membuktikan bahwa merek adalah hak milik yang bersifat immaterial.⁸

Secara umum, pengguna produk cenderung memilih produk dengan kesadaran merek yang tinggi, kualitas yang baik, daya tahan dan reputasi sosial. Artinya, merek selain kualitasnya bagus, juga merupakan produk yang prestisius di masyarakat. Fungsi merek sebagai jaminan kualitas dan nilai prestisius yang tinggi bagi pengguna semakin nyata, terutama untuk produk-produk merek yang dikenal masyarakat dengan jaminan kualitas dan reputasi tinggi.⁹

Setiap orang atau organisasi perusahaan yang ada akan sangat memperhatikan pentingnya nama dan simbol yang digunakan untuk menjalankan bisnis dan memasarkan barang dan jasa. Simbol-simbol ini akan membantu menunjukkan sumber barang dan/atau jasa, serta perusahaan komersial yang bergerak dan memasok barang dan jasa. Dalam pangsa pasar, nama dan simbol ini diidentifikasi sebagai merek (merek dagang), nama bisnis, dan nama perusahaan. Perbedaan ketiganya terkadang membingungkan, baik bagi pengusaha itu sendiri maupun bagi masyarakat.¹⁰

Salah satu sengketa merek yang sering terjadi di Indonesia adalah karena adanya pelanggaran hak atas merek yang dimiliki oleh seseorang. Bentuk

⁷ Hery Firmansyah, S.H., *Perlindungan Hukum Terhadap Merek*. (Yogyakarta: Penerbit Pustaka Yustisia, 2011), halaman 29.

⁸ OK. Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*. Cet. 9, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), halaman 442.

⁹ Achmadi Miru, *Hukum Merek (Cara Mudah Meempelajari Undang-Undang Merek)*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2007), hlm 32.

¹⁰ Rahmi Jened, *Hukum Merek Dalam Era Global & Integrasi Ekonomi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), hlm 3.

pelanggarannya adalah peniruan atau penggunaan secara melawan hukum atas merek orang lain.¹¹ Peniruan dan penggunaan merek akan menimbulkan perselisihan antara pemilik merek dan peniru merek.¹² Adanya perlindungan hukum bagi pemilik merek yang sah dimaksudkan untuk memberikan hak yang sifatnya eksklusif (khusus) bagi pemilik merek (*exclusive right*) agar pihak lain tidak dapat menggunakan tanda yang sama atau mirip dengan yang dimilikinya baik untuk barang atau jasa yang sama atau hampir sama. "Hak khusus tersebut cenderung bersifat monopoli, artinya hanya pemilik merek yang dapat menggunakannya."¹³

Awal mula kasus sengketa merek pasta gigi "STRONG", yakni ketika pihak Hardwood Private Limited, yang merupakan perusahaan asal Singapura dan merupakan perusahaan induk dari PT Orang Tua Indonesia, yang memproduksi pasta gigi FORMULA dan PT Unilever Indonesia, Tbk yang memproduksi pasta gigi PEPSODENT. Penggunaan kata "STRONG" pada merek pasta gigi yang dikeluarkan kedua perusahaan menjadi fokus permasalahan. Pasta gigi FORMULA memakai merek "STRONG" karena menerima peralihan hak merek dari Blissful Centany International Limited pada tahun 2008.

Pada tahun 2010 PT Orang Tua Indonesia mendaftarkan merek "FORMULA STRONG" kepada Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual dengan Nomor Pendaftaran IDM000258479. Di tahun 2016 antara PT Orang Tua Indonesia dan PT Ultra Prima Abadi melakukan perjanjian untuk bekerjasama dalam hal produksi, distribusi dan penjualan produk pasta gigi merek STRONG. Produk pasta gigi merek FORMULA yang menggunakan merek kata STRONG dengan 4 (empat) varian "FORMULA STRONG", "FORMULA STRONG PROTECTOR", "FORMULA STRONG PROTECTION", dan "FORMULA STRONG HERBAL." Pada tahun 2019 FORMULA mengetahui bahwa adanya pesaing yang memproduksi merek pasta gigi STRONG tanpa seizin PT Orang Tua Indonesia. Pesaing yang memakai merek STRONG yaitu PEPSODENT dengan nama jual "PEPSODENT STRONG 12 JAM". FORMULA memberi peringatan kepada PEPSODENT untuk menghentikan produksi, promosi, peredaran dan/atau penjualan atau menarik kembali dari pasaran seluruh produk pasta giginya yang menggunakan merek "STRONG" tetapi PEPSODENT tidak mengindahkan peringatan dari

¹¹ Chandra Gita Dewi, *Penyelesaian Sengketa Pelanggaran Merek*. (Yogyakarta: CV BUDI UTAMA, 2019), hlm 4.

¹² *Ibid*, hlm 6.

¹³ Agung Sujatmiko. Aspek Yuridis Lisensi Merek dan Persaingan Usaha. *Jurnal Hukum Pro Justitia*. 2008. Vol. 26 No.2.

FORMULA. Oleh karena itu, FORMULA mengajukan gugatan ganti rugi atas pelanggaran merek "STRONG" kepada Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat.

Pada Putusan Pengadilan Negeri Putusan Nomor 30/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst kasus sengketa Merek "STRONG" dimenangkan oleh Formula "STRONG" karena Penggugat adalah sebagai pihak pertama (*First to File*) yang menggunakan merek terdaftar "STRONG". Namun, pihak Tergugat tidak terima atas kemenangannya Penggugat di Pengadilan Negeri kemudian Tergugat mengajukan Kasasi ke Mahkamah Agung dengan Nomor 332 K/Pdt.Sus-HKI/2021, dalam perkara di Kasasi ini dimenangkan oleh Pemohon Kasasi PT UNILEVER, Tbk. Alasan dikabulkannya Kasasi dari Pemohon Kasasi karena kata STRONG bukanlah kata temuan Penggugat dan kata tersebut mengandung arti kuat atau kata keterangan, berdasarkan Pasal 83 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis bahwa gugatan pelanggaran diajukan terhadap pihak lain yang menggunakan merek tanpa hak atau belum terdaftar. Dalam arti bahwa Pelanggar menggunakan merek terdaftar tanpa hak.

B. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan dalam penelitian hukum ini adalah yuridis normatif. Metode penelitian yuridis normatif adalah metode penelitian yang mengacu pada norma-norma hukum yang terdapat dalam peraturan perundang-undangan sehingga pendekatan yang digunakan disini adalah pendekatan undang-undang (*statute approach*). Dalam penelitian yuridis normatif yang dipergunakan adalah merujuk pada sumber bahan hukum, yakni penelitian terhadap norma-norma hukum yang ada dalam berbagai perangkat hukum. Sehubungan dengan tipe penelitian yang digunakan yakni yuridis-normatif, maka pendekatan yang dilakukan adalah pendekatan Undang-Undang (*statue approach*), pendekatan kasus (*case approach*). Pendekatan perundang-undangan dilakukan untuk meneliti aturan-aturan yang penormannya justru kondusif bagi peniruan merek terkenal. Sedangkan, pendekatan kasus dilakukan untuk mempelajari norma-norma atau kaidah hukum yang dilakukan dalam praktik hukum. Terutama mengenai kasus merek terkenal, kasus tersebut di pelajari untuk memperoleh gambaran terhadap dampak dimensi penormaan dalam suatu aturan hukum dalam praktik hukum, serta menggunakan hasil analisisnya untuk bahan masukan dalam eksplanasi hukum.

C. HASIL TEMUAN DAN PEMBAHASAN

1. Perlindungan Hukum Terhadap Persamaan Pemegang Hak Atas Merek Dalam Persaingan Dagang

Perlindungan hukum merek di Indonesia dijelaskan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Undang-Undang tersebut memuat ketentuan yang mengatur bagaimana pelaku ekonomi mendaftarkan merek atas barang dan/atau jasa yang diinginkannya. Pelaku ekonomi tidak perlu mendaftarkan merek barang dan/atau jasa kepada Direktur Hak Kekayaan Intelektual tetapi untuk mendapatkan perlindungan hukum suatu merek harus didaftarkan terlebih dahulu. Hal ini diatur dalam Pasal 1 angka 5 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis "Hak atas Merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau membiarkan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya."

Menurut Pasal 2 ayat 3 Undang-Undang No 20 Tahun 2016, Merek yang dilindungi terdiri atas tanda berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimerisi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.¹⁴

Hal lain yang sangat penting dalam perlindungan merek adalah bahwa merek tidak dapat didaftarkan atas dasar permohonan yang diajukan oleh pemohon yang beritikad tidak baik. Ukuran itikad baik ini menjadi ukuran yang sulit untuk diukur secara kasat mata, bahkan seringkali sengketa muncul karena niat buruk untuk mendaftarkan merek dengan ciri-ciri yang mirip atau bahkan sama dengan cara memalsukan merek dan desain bungkusnya. Oleh karena itu, pendaftaran dengan itikad baik ini merupakan salah satu upaya melindungi merek terkenal. Lebih lanjut Undang-Undang merek juga telah berupaya memberikan perlindungan bagi merek terkenal yang mengatur bahwa permohonan harus ditolak apabila: (a) mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek pihak lain yang telah terdaftar lebih dahulu untuk barang atau jasa yang sejenis, (b) mempunyai persamaan

¹⁴ Pasal 2 ayat (3) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek yang terkenal milik pihak lain atau barang dan/atau jasa yang sejenis.¹⁵

Adanya perlindungan tersebut menunjukkan bahwa negara berkewajiban dalam menegakkan hukum merek. Oleh karena itu apabila ada pelanggaran terdaftar, pemilik Merek dapat mengajukan gugatan ke Pengadilan yang berwenang. Dengan perlindungan tersebut maka akan terwujud keadilan yang menjadi tujuan dari hukum. Salah satu tujuan hukum adalah mewujudkan keadilan masyarakat. Dengan perlindungan hukum maka pemilik merek yang sah terlindungi hak-haknya.¹⁶

Undang-Undang Merek melindungi merek terkenal (*Well-known Mark*), yang dimana permohonan merek akan ditolak jika mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek terkenal untuk barang dan/atau jasa yang sejenis.¹⁷ Perlindungan hukum terhadap Hak Merek Terkenal di Indonesia diatur berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, pada Pasal 21 ayat (1) huruf b dan c, Pasal 83 ayat (2), dan ditegaskan oleh penjelasan Pasal 21 ayat (1) huruf b, penjelasan Pasal 76 ayat (2), dan penjelasan Pasal 83 ayat (2).

Perlindungan merek di Indonesia menganut sistem pendaftaran merek dengan sistem konstitutif. Sistem ini membutuhkan pendaftaran merek dagang untuk melindungi merek dagang. Sistem ini juga dikenal sebagai sistem *first to file*. Sistem ini menjelaskan bahwa orang yang pertama kali mendaftarkan merek tersebut adalah orang yang memiliki hak atas merek tersebut. Indonesia menganut pendaftaran merek berdasarkan sistem konstitutif, tetapi merek terkenal yang tidak terdaftar di Indonesia akan tetap dilindungi, karena Indonesia sudah meratifikasi Konvensi Paris dan Perjanjian TRIPS (*The World Trade Organization's TRIPS Agreement*). Berdasarkan ketentuan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Pasal 21 ayat (1) huruf b dan c.

Pemilik merek yang sudah terdaftar mendapatkan hak eksklusif yang diberikan oleh negara untuk jangka waktu perlindungan selama 10 (sepuluh) tahun lamanya terhitung sejak tanggal penerimaan (*filling date*). Terhadap

¹⁵ Edy Santoso, "Penegakan Hukum Terhadap Pelanggaran Merek Dagang Melalui Peran Kepabeanaan Sebagai Upaya Menjaga Keamanan dan Kedaulatan Negara", *Jurnal Rechtsvinding*, Vol. 5, No.1. April 2016, halaman. 124.

¹⁶ Haryono, "Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terdaftar", *Jurnal Ilmiah CIVIS*, Vol. II, No. 1. Januari 2012, halaman. 241.

¹⁷ Ni Ketut Supasti Dharmawan dkk, *Buku Ajar Hak Kekayaan Intelektual*, (Yogyakarta: Deepublish, 2016), hlm. 58.

jangka waktu perlindungan yang telah diberikan tersebut, pemilik merek dapat memperpanjang jangka waktu pelindungannya untuk waktu perlindungan yang sama.

Hak atas merek yang terdaftar mendapat perlindungan hukum untuk jangka waktu 10 (sepuluh) tahun sejak tanggal penerimaan dan pelindungannya dapat diperpanjang untuk jangka waktu yang sama. Berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Pasal 35 ayat (1).

Permohonan ditolak jika merek tersebut mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan: a. Merek terdaftar milik pihak lain atau dimohonkan lebih dahulu oleh pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis diatur dalam Pasal 21 ayat (1) huruf a Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Merek yang ingin didaftarkan tetapi memiliki persamaan kata dan/atau penyebutan nama merek tersebut maka harus menambahkan kata lain sebagai pembeda, terhadap merek terdaftar yang kemudian menjadi nama generik, setiap orang dapat mengajukan Permohonan Merek dengan menggunakan nama generik dimaksud dengan tambahan kata lain sepanjang ada unsur pembeda diatur dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Pasal 22.

Dengan kata lain, perlindungan hukum adalah gambaran yang berdiri sendiri tentang berfungsinya hukum itu sendiri, dengan pengertian bahwa hukum memberikan keadilan, ketertiban, kepastian, kemanfaatan dan kedamaian.

Dikaitkan dengan pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia, pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia mendapat tempat umum dan dapat dikaitkan dengan tujuan dari negara hukum. Berikut yang merupakan perlindungan atas pelanggaran merek terdaftar, yaitu:

a. Gugatan

Pasal 83 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, menyatakan bahwa pemilik merek terdaftar dapat mengajukan gugatan terhadap pihak lain yang secara tanpa hak menggunakan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya untuk barang atau jasa yang sejenis berupa gugatan ganti rugi,

dan/atau penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek tersebut.

Dari bunyi Pasal 83 ayat (1) ini, dapat diketahui jenis bentuk gugatan perdata atas pelanggaran merek terdaftar dapat berupa gugatan ganti rugi atau penghentian penggunaan merek yang dilanggarnya. Ganti rugi dapat berupa ganti rugi materiil dan ganti rugi immateriil. Ganti rugi materiil berupa kerugian yang nyata dan dapat dinilai dengan uang. Sedangkan ganti rugi immateriil berupa tuntutan ganti rugi yang disebabkan oleh penggunaan merek dengan tanpa hak, sehingga pihak yang berhak menderita kerugian secara moral.

b. Pengadilan Niaga

Pasal 76 ayat (3) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, gugatan pelanggaran merek terdaftar diajukan kepada Pengadilan Niaga. Hal ini berarti kewenangan mengadili sengketa atau perkara gugatan pelanggaran merek berada di tangan Pengadilan Niaga sebagai badan peradilan yang khusus.

Pada Pasal 78 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis juga memberikan hak kepada hakim untuk melakukan tindakan tertentu selama pemeriksaan masih berlangsung, yaitu bahwa selama masih dalam pemeriksaan dan untuk mencegah kerugian yang lebih besar, hakim atas permohonan pemilik merek selaku penggugat dapat memerintahkan tergugat untuk menghentikan produksi, peredaran dan/atau perdagangan barang atau jasa yang menggunakan merek tersebut secara tanpa hak. Pasal 87 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis ini menegaskan bahwa terhadap putusan Pengadilan Niaga hanya dapat diajukan kasasi.

c. Penetapan Sementara Pengadilan

Dalam rangka memberikan perlindungan hukum kepada pemilik merek terdaftar, hakim Pengadilan Niaga dapat menetapkan penetapan sementara pengadilan. Pasal 94 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, menyatakan bahwa berdasarkan bukti yang cukup pihak yang haknya dirugikan dapat meminta hakim Pengadilan Niaga untuk menerbitkan surat penetapan sementara tentang:

- 1) Pencegahan masuknya barang yang diduga hasil pelanggaran Hak atas Merek ke jalur perdagangan.
- 2) Penyimpanan alat bukti yang berkaitan dengan pelanggaran hak atas merek tersebut.
- 3) Pengamanan dan pencegahan hilangnya barang bukti oleh pelanggar; dan/atau
- 4) Penghentian pelanggaran guna mencegah kerugian yang lebih besar.

d. Arbitrase

Penyelesaian sengketa atas hak merek juga dapat dilakukan di luar pengadilan, baik menggunakan arbitrase atau alternatif pilihan penyelesaian sengketa. Dalam Pasal 93 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 menyatakan bahwa selain penyelesaian gugatan melalui Pengadilan Niaga, para pihak dapat menyelesaikan sengketa melalui Arbitrase atau Alternatif Penyelesaian Sengketa. Alternatif Penyelesaian Sengketa disini, bisa negosiasi, mediasi, konsiliasi, dan sebagainya. Selain itu, perlindungan hukum secara perdata juga diberikan kepada pemegang merek yang sah. Apabila hak merek telah dipegang, maka menurut sistem hukum merek Indonesia, pihak pemegang merek tersebut akan mendapatkan perlindungan hukum, artinya apabila terjadi pelanggaran hak atas merek, pihak pemegang merek dapat mengajukan gugatan terhadap pihak lainnya yang melakukan pelanggaran hak atas merek. Gugatan ini ditujukan untuk mendapatkan ganti rugi dan penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek tersebut. Gugatan diajukan di pengadilan niaga dengan disertakan identitas pemohon secara lengkap. Begitu pula dengan identitas dan alamat kuasa pemohon, bila diwakilkan. Selain itu mencantumkan warna, bila permohonan menggunakan unsur warna. Begitu pun nama negara dan tanggal permintaan merek, serta uraian jenis produk barang atau jasa dan dilampiri label merek juga bukti pembayaran biaya.¹⁸

Konsep perlindungan hukum terhadap hak merek tersebut mengacu pada sifat hak merek yang bersifat khusus (*exclusive*). Hak khusus tersebut bersifat monopoli artinya hak itu hanya dapat dilaksanakan oleh pemilik merek. Tanpa adanya izin dari pemilik merek, orang lain tidak boleh

¹⁸ Zaenal Arifin, Muhammad Iqbal, "Perlindungan Hukum Terhadap Merek Yang Terdaftar", Jurnal Ius Contituendum, Vol. 5 No. 1. 2020.

mempergunakan hak khusus tersebut.¹⁹ Jika ada pihak lain yang mempergunakan hak khusus tersebut dengan tanpa adanya izin dari pemilik merek terdaftar, maka telah terjadi pelanggaran yang dapat dikenai sanksi tertentu.²⁰ Adapun sanksi yang dapat dijatuhkan kepada pelaku pelanggaran merek antara lain melalui Hukum Perdata. Pemakaian merek tanpa hak dapat digugat berdasarkan Perbuatan Melanggar Hukum.²¹

2. Upaya Penyelesaian Sengketa Terhadap Persamaan Pemegang Hak Atas Merek Dalam Persaingan Dagang Antara Formula “STRONG” dan Pepsodent “STRONG”

Menurut Frans Hendra Winarta dalam bukunya Hukum Penyelesaian Litigasi adalah metode tradisional penyelesaian sengketa di sektor komersial, seperti dalam perdagangan, perbankan, proyek pertambangan, minyak dan gas, energi, infrastruktur, dll. Proses persidangan membuat para pihak saling berhadapan. Selain itu, penyelesaian sengketa secara litigasi merupakan upaya terakhir (*relief of last resort*) setelah upaya penyelesaian sengketa alternatif gagal.²² Penyelesaian sengketa melalui jalur litigasi memiliki kelebihan dan kekurangan. Proses penyelesaian sengketa melalui pengadilan mengarah pada keputusan yang bersifat perlawanan karena menghasilkan keputusan *win-win solution* yang tidak dapat memuat kepentingan bersama. Dengan cara ini, satu pihak akan menang dan pihak lain akan kalah, dan akibatnya ada yang puas dan ada yang tidak puas, yang akan menimbulkan masalah baru di antara kedua pihak yang bersengketa. Belum lagi proses penyelesaian sengketa yang lambat, waktu yang lama dan biaya yang tidak menentu, sehingga bisa relatif lebih mahal.

Proses yang panjang ini bukan hanya karena jumlah kasus yang harus diselesaikan tidak sebanding dengan jumlah pegawai pengadilan, tetapi juga karena para pihak memiliki tingkat upaya hukum di bawah perlindungan peraturan perundang-undangan. Indonesia, yaitu dimulai di tingkat pertama Pengadilan Negeri, kasasi di Pengadilan Tinggi, kasasi di Mahkamah Agung,

¹⁹ Ajeng Woro Nastiti, dkk. “Perlindungan Hukum Terhadap Merek “Strong” Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis (Analisis Putusan No. 332 K/Pdt.Sus-HKI/2021)”, Jurnal IKAMAKUM. Vol. 01, No. 02. 2021. 601.

²⁰ Fajar Nurcahya Dwi Putra, “Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Atas Merek Terhadap Perbuatan Pelanggaran Merek”, Januari-Juni. 2014, hlm. 103.

²¹ Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

²² Frans Hendra Winarta. *Hukum Penyelesaian Sengketa Arbitrase Nasional Indonesia dan Internasional*. (Jakarta: Sinar Grafika, 2012), hlm. 1-2.

dan uji materil sebagai upaya terakhir. Oleh karena itu, prinsip uji coba yang cepat, sederhana, dan berbiaya rendah tidak dapat tercapai.²³

Menurut Nurnaningsih Amriani, perselisihan adalah perselisihan yang timbul antara para pihak yang membuat suatu perjanjian karena adanya wanprestasi oleh salah satu pihak dalam perjanjian. Sedangkan menurut Takdir Rahmadi, perselisihan adalah situasi dan kondisi di mana orang mengalami perselisihan faktual satu sama lain atau perselisihan muncul menurut persepsi mereka.²⁴ Menjelaskan bahwa hukum memberikan hak kepada pemilik merek terdaftar untuk mengajukan gugatan terhadap orang atau badan hukum yang secara tanpa hak menggunakan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhan dengan mereknya. Agar tuntutan ganti rugi memenuhi syarat sebagai dalil gugatan, maka harus memenuhi 3 (tiga) unsur, yaitu:

1. Merek yang digunakan Tergugat mempunyai persamaan pada pokoknya atau pada keseluruhan dengan merek orang lain.
2. Merek Penggugat harus sudah terdaftar.
3. Penggunaan merek tanpa hak.

Penyelesaian sengketa merek memerlukan lembaga peradilan khusus yaitu Pengadilan Niaga yang diharapkan dapat menyelesaikan sengketa merek dalam waktu yang relatif singkat. Sejalan dengan itu, hukum acara khusus juga harus diatur untuk menyelesaikan sengketa merek serta bidang kekayaan intelektual lainnya. Keberadaan pengadilan khusus untuk masalah merek dagang dan bidang kekayaan intelektual lainnya juga diakui di sejumlah negara lain.

Ketentuan Pasal 83 ayat (1) Undang-Undang Merek adalah sebagai rambu untuk menentukan apakah seseorang sudah secara hukum melakukan pelanggaran. Parameternya adalah apabila ia menggunakan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya dengan merek orang lain yang telah terdaftar. Persamaan pada pokoknya secara praktik diukur dengan melihat unsur dominan.

Penyelesaian sengketa persamaan merek pasta gigi "STRONG" antara FORMULA STRONG dan PEPSODENT STRONG kedua perusahaan tersebut melalui jalur pengadilan (litigasi). Yang pertama melalui jalur Pengadilan

²³ *Ibid.*

²⁴ Takdir Rahmadi. *Mediasi Penyelesaian Sengketa Melalui Pendekatan Mufakat*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2017), hlm 1.

Negeri, Pihak FORMULA mengajukan gugatan ganti rugi ke Pengadilan Negeri Jakarta Pusat. Gugatan terdaftar sejak 29 Mei 2020 dengan Nomor Putusan 30/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst atas dasar gugatan ganti rugi merek STRONG. FORMULA sebagai Penggugat dan PEPSODENT sebagai Tergugat.

Berdasarkan Putusan Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat kasus sengketa Merek "STRONG" adalah menyatakan merek "STRONG" daftar nomor IDM000258478, kelas 3 milik Penggugat adalah merek terkenal di Negara Republik Indonesia. Menyatakan pasta gigi Tergugat yang menggunakan Merek "STRONG" adalah serupa dan memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek "STRONG", Daftar Nomor IDM000258478, Kelas 3 milik Penggugat. Menyatakan Tergugat sejak tahun 2019 sampai dengan sekarang telah melanggar Merek "STRONG", Daftar Nomor IDM000258478, Kelas 3 milik Penggugat. Majelis hakim mengabulkan gugatan Hardwood Private Limited dan menghukum PT Unilever Indonesia, Tbk untuk membayar ganti rugi kepada Penggugat sejumlah Rp30.000.000.000,00 (tiga puluh miliar rupiah). Menghukum Tergugat untuk membayar biaya perkara sejumlah Rp1.401.000,00 (satu juta empat ratus satu ribu rupiah).

Alasan Pengadilan Negeri mengabulkan gugatan ganti rugi FORMULA karena adanya persamaan pada pokoknya secara konseptual, karena PEPSODENT termasuk jenis barang kelas 3, uraian sebagai berikut: *"Pasta gigi, sediaan-sediaan untuk membersihkan gigi palsu, obat gosok gigi, obat kumur bukan untuk keperluan medis, larutan kumur bukan untuk keperluan medis"* sebagaimana diatur dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Pasal 21 ayat (1).

Pengadilan pada tingkatan kedua, dengan cara melalui jalur kasasi di Mahkamah Agung. Pihak PEPSODENT mengajukan permohonan kasasi ke Mahkamah Agung dengan Nomor Putusan 332K/Pdt.Sus-HKI/2021. Berdasarkan Putusan Mahkamah Agung kasus sengketa Merek "STRONG" Hakim Agung mengabulkan permohonan kasasi dari Pemohon Kasasi PEPSODENT. Bahwa Mahkamah Agung mengabulkan permohonan kasasi dari Pemohon Kasasi PT Unilever Indonesia Tbk, dan membatalkan Putusan Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat Nomor 30/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst, tanggal 18 November 2020. Bahwa PEPSODENT "STRONG" terbukti tidak melanggar merek "STRONG" dari FORMULA "STRONG" merek-merek "PEPSODENT STRONG 12 JAM" Tergugat tidak memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek "STRONG".

Dalam sidang kasasi di Mahkamah Agung, memutuskan bahwa tidak adanya persamaan merek "STRONG" antara FORMULA dan PEPSODENT. Karena PEPSODENT merupakan salah satu perusahaan terkemuka yang didirikan sejak tahun 1933 yang merupakan anak perusahaan dari Unilever N.V., selaku perusahaan multinasional yang bergerak di bidang produk konsumen yang berpusat di Belanda. Merek "PEPSODENT" telah dimiliki oleh Unilever N.V. sudah digunakan dan didaftarkan secara luas di lebih dari 70 tahun yang lalu, diproduksi dan dijual di berbagai negara tempat termasuk Indonesia. Untuk mempromosikan Produk "PEPSODENT" Tergugat, Tergugat telah mengeluarkan nilai investasi yang sangat signifikan untuk berbagai media periklanan dan juga pemasaran produknya, sehingga merek "PEPSODENT" Tergugat memiliki pangsa pasar yang dominan khususnya untuk produk pasta gigi di Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari berbagai berita yang dapat diakses oleh pihak ketiga, yang mana akan Tergugat sampaikan pada proses sidang pembuktian yang akan datang.

Merek-merek "PEPSODENT STRONG 12 JAM" Tergugat tidak memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek "STRONG" Penggugat, terdapat berbagai pihak ketiga lainnya yang mendaftarkan serta menggunakan unsur kata "STRONG" untuk produk "pasta gigi" di Indonesia. Oleh karenanya, mengenai kerugian yang diderita Penggugat adalah mengada-ada, mengingat bagaimana mungkin Tergugat menjadi satu-satunya pihak yang harus bertanggung jawab terhadap penggunaan unsur kata "STRONG" yang bersifat umum, yang pada prakteknya tidak dapat dimonopoli oleh satu pihak pun (termasuk Penggugat) untuk produk pasta gigi. Terdapat banyak faktor yang berkontribusi atas penurunan penjualan suatu produk, termasuk faktor-faktor yang bersifat internal, seperti halnya ketidakmampuan suatu perusahaan untuk mempromosikan serta mendistribusikan produknya secara efektif dan efisien, yang mana hal tersebut sama sekali tidak terkait dengan keberadaan produk pihak ketiga di pasaran.

Oleh karenanya, perlu kiranya Majelis Hakim untuk mempertanyakan kepada Penggugat apakah Penggugat dapat membuktikan bahwa Penggugat telah melakukan usaha kegiatan promosi dan pendistribusian produk secara efektif dan efisien, yang melebihi kapasitas dari Tergugat dalam melakukan kegiatan promosi dan pendistribusian produk dengan merek "PEPSODENT" di Indonesia, yang sebagaimana merek "PEPSODENT" yang digunakan oleh Tergugat di Indonesia adalah merek terkenal, berdasarkan berbagai penghargaan dan serta penggunaan serta promosi secara ekstensif yang dilakukan oleh Tergugat di Indonesia.

Perbandingan etiket merek tersebut di atas, terlihat dengan jelas kedua merek tersebut berbeda, mengingat:

- a. Penggunaan unsur kata "PEPSODENT" yang merupakan merek terdaftar milik Unilever N.V. yang menjadi unsur dominan dari merek "PEPSODENT STRONG 12 JAM". Adapun unsur kata "STRONG 12 JAM" merupakan unsur tambahan.
- b. Penggunaan unsur kata "STRONG 12 JAM" pada merek "PEPSODENT STRONG 12 JAM" yang menjelaskan bahwa produk "PEPSODENT" Tergugat dapat memberikan perlindungan terkait kesehatan gigi untuk periode selama 12 jam.

Sedangkan Merek "STRONG" Penggugat yang terdaftar dengan No. Pendaftaran IDM000258478 di Kelas 3 yang menjadi dasar gugatan hanya terdiri dari satu unsur kata, yakni "STRONG", yang merupakan kata umum dalam Bahasa Inggris yang berarti "kuat".

Berdasarkan uraian di atas maka jelas bahwa Merek "PEPSODENT STRONG 12 JAM" yang digunakan oleh Tergugat berbeda dari merek "STRONG" Penggugat, mengingat tidak terdapat kesan kemiripan dari segi:

- a. Perbedaan bentuk dan kombinasi antara unsur sebagaimana sebelumnya diuraikan oleh Tergugat terkait Penggunaan unsur kata "PEPSODENT" yang merupakan merek terdaftar milik Unilever N.V. dan juga unsur "STRONG 12 JAM" pada merek Tergugat. Mengingat hal tersebut di atas, jika unsur kata "STRONG 12 JAM" dipandang secara keseluruhan dengan unsur kata "PEPSODENT", hal tersebut jelas menyebabkan merek "PEPSODENT STRONG 12 JAM" memiliki daya pembeda yang kuat apabila dibandingkan dengan merek "STRONG" Nomor Pendaftaran IDM000258478 di Kelas 3 milik Penggugat.
- b. Perbedaan konsep, cara penempatan dan susunan unsur pembentuk merek, yaitu unsur kata "PEPSODENT" dan juga unsur "STRONG 12 JAM" pada merek Tergugat, yang menimbulkan perbedaan yang signifikan antara merek "PEPSODENT STRONG 12 JAM" yang digunakan Tergugat dengan merek "STRONG" Nomor Pendaftaran IDM000258478 di Kelas 3 milik Penggugat.

Dari cara penyebutan merek Penggugat yang digunakan untuk varian produk-produk "FORMULA" Penggugat tersebut, Penggugat dengan jelas mendalilkan bahwa merek-merek yang digunakan pada varian produk-produk "FORMULA" Penggugat tersebut tidak hanya merek "STRONG", namun juga

varian-variannya seperti halnya merek "FORMULA STRONG HERBAL" yang diajukan untuk melindungi varian produk "FORMULA STRONG HERBAL" Penggugat, dan juga merek "STRONG PROTECTION" yang diajukan untuk melindungi varian produk "FORMULA STRONG PROTECTION" Penggugat. Oleh karenanya, apabila Penggugat dapat konsisten dalam memandang unsur-unsur merek yang ada pada varian "PEPSODENT STRONG 12 JAM" Tergugat dengan cara yang sama sebagaimana Penggugat memandang unsur-unsur merek yang ada pada varian produk "FORMULA" Penggugat, maka sudah seharusnya Penggugat menyebut merek yang digunakan pada varian produk "PEPSODENT" Tergugat sebagai merek "PEPSODENT STRONG 12 JAM" dan bukan merek "STRONG". Tidak adanya kejelasan pada masing-masing tuduhan tidak sejalan dengan persyaratan formalitas suatu gugatan.

Undang-Undang Merek memberikan hak khusus kepada Unilever N.V., sebagai pemilik merek-merek "PEPSODENT" tersebut atau juga memberikan lisensi kepada pihak lain untuk menggunakan merek-merek "PEPSODENT" berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Pasal 42.

Bahwa karena kata STRONG bukanlah kata temuan FORMULA dan kata tersebut mengandung arti kuat atau kata keterangan berdasarkan Pasal 83 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, bahwa gugatan pelanggaran diajukan terhadap pihak lain yang menggunakan merek tanpa hak atau belum terdaftar. Dalam arti bahwa Pelanggar menggunakan merek terdaftar tanpa hak. Dalam perkara ini merek Tergugat sudah terdaftar dengan menggunakan kata "STRONG" pada tanggal 25 September 2019 dengan Nomor Pendaftaran DID 2019056670 dalam kelas 3 dan tanggal 1 Oktober 2019 dengan Nomor Pendaftaran DID2019057948 dalam kelas 3.

Mahkamah Agung mengabulkan permohonan kasasi dari PT Unilever Indonesia, Tbk membatalkan Putusan Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat Nomor 30/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst. Dengan demikian PEPSODENT berhak atau mempunyai alas hak untuk menggunakan merek tersebut. Berdasarkan pertimbangan tersebut, FORMULA tidak dapat membuktikan gugatannya bahwa telah melakukan pelanggaran merek, sehingga gugatan Penggugat harus ditolak. Menghukum Termohon Kasasi dahulu Penggugat untuk membayar biaya perkara dalam semua tingkat peradilan, yang dalam tingkat kasasi sebesar Rp5.000.000,00 (lima juta rupiah).

Pihak PT Unilever Tbk sebagai pihak yang berkepentingan berhak untuk mengajukan gugatan penghapusan merek "STRONG" milik Hardwood

Private Limited dengan nomor IDM000258478 ke Pengadilan Negeri dengan cara membuktikan bahwa merek tersebut tidak digunakan selama 3 (tiga) tahun berturut-turut dalam perdagangan barang dan atau jasa sejak tanggal pendaftaran.

Dasar gugatan hanya terdiri dari satu unsur kata, yakni "STRONG", yang merupakan kata umum dalam Bahasa Inggris yang artinya "KUAT". Kata "STRONG" yang berarti "KUAT" dalam Bahasa Indonesia jelas memiliki arti kata yang deskriptif atau menjelaskan terkait dengan perlindungan gigi, yang mana jelas maksud dari penggunaan kata tersebut untuk jenis barang pasta gigi dan produk-produk perawatan gigi dan mulut adalah untuk memberikan informasi kepada konsumen bahwa suatu produk dapat memberikan perlindungan yang kuat terhadap gigi.

Bahwa berdasarkan pertimbangan tersebut di atas Penggugat, tidak dapat membuktikan gugatannya bahwa Tergugat telah melakukan pelanggaran merek, sehingga gugatan Penggugat harus ditolak. Putusan *Judex Facti* sudah tidak dapat dipertahankan lagi dan harus dibatalkan dengan mengabulkan permohonan kasasi dan mengadili sendiri dengan menolak gugatan para Penggugat.

Penolakan ini bertujuan untuk menjamin perlindungan hukum terhadap status kepemilikan merek yang terdaftar lebih dahulu. Pendaftar merek yang pertama kali (*first to file*) yang lebih dahulu mendapat suatu kepastian hukum bahwa dialah yang berhak atas merek tersebut. Sebaliknya bagi pihak lain yang mencoba akan mempergunakan merek yang sama (identik) atau memiliki unsur persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya untuk barang/jasa sejenis, harus ditolak oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI).

D. KESIMPULAN

Perlindungan merek diberikan terhadap pemegang merek pertama (*first to file*) yang mendaftarkan merek terlebih dahulu dan diakui selaku regulator sesuai dengan Pasal 21 ayat (1) huruf a Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Pengadilan Negeri menyatakan bahwa Merek FORMULA STRONG sebagai pendaftar pertama Merek Terdaftar (*first to file*) sejak tanggal pendaftaran (*filling date*) 13 Juli 2010 dan perpanjangan jangka waktu perlindungan merek terdaftar yang berlaku selama 10 tahun sampai dengan tanggal 9 Juli 2028. Berdasarkan pasal 83 ayat (1) *Hardwood Private Limited* sebagai pemilik merek terdaftar berhak untuk

mengajukan gugatan atas dugaan pelanggaran merek yang dilakukan oleh PT. Unilever Indonesia, Tbk ke Pengadilan Negeri.

Upaya penyelesaian sengketa terhadap persamaan pemegang hak atas merek dalam persaingan dagang melalui jalur pengadilan (litigasi). Pada tingkat pertama, melalui jalur Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri. Pada tingkat kedua, melalui jalur kasasi di Mahkamah Agung. Seharusnya kurang tepat jika hanya menerapkan pasal 83 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis untuk membatalkan Putusan Pengadilan Negeri. Pihak PT Unilever Indonesia, Tbk dapat memakai pasal 74 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis untuk membatalkan Putusan Pengadilan Negeri tersebut, jika merek "STRONG" milik Hardwood Private Limited tidak digunakan selama 3 (tiga) tahun berturut-turut dalam perdagangan barang sejak tanggal pendaftarannya. PT. Unilever Indonesia, Tbk sebagai pihak berkepentingan berhak mengajukan penghapusan merek tersebut pada Pengadilan Negeri.

REFERENSI:

- Arifin, Zaenal; Iqbal, Muhammad. (2020). "Perlindungan Hukum Terhadap Merek Yang Terdaftar", *Jurnal Ius Contituendum*, Vol. 5 No. 1.
- Dewi, Chandra Gita. (2019). *Penyelesaian Sengketa Pelanggaran Merek*. Yogyakarta: CV BUDI UTAMA.
- Dharmawan, Ni Ketut Supasti. dkk, (2016). *Buku Ajar Hak Kekayaan Intelektual*, Yogyakarta: Deepublish.
- Firmansyah, Hery. (2011). *Perlindungan Hukum Terhadap Merek*. (Yogyakarta: Penerbit Pustaka Yustisia.
- Hamzani, Achmad Irwan; Hartoyo, Dwijoyo; Nuridin, Nuridin; Khasanah, Nur; Aravik, Havis; and Yunus, Nur Rohim. (2020). "Struggle for Law Principles In Law Development", *Solid State Technology*, Volume: 63, Issue: 6, p.1869-1879.
- Haryono, (2012). "Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terdaftar", *Jurnal Ilmiah CIVIS*, Vol. II, No. 1. Januari.
- Jened, Rahmi. (2015). *Hukum Merek Dalam Era Global & Integrasi Ekonomi*, Jakarta: Prenadamedia Group.
- Maggalatung, A.S.; Aji, A.M.; Yunus, N.R. (2014). *How The Law Works*, Jakarta: Jurisprudence Institute.

- Miru, Achmadi. (2007). *Hukum Merek (Cara Mudah Meempelajari Undang-Undang Merek)*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Mukri, S.G.; Aji, A.M.; Yunus, N.R. (2016). "Implementation of Religious Education in the Constitution of the Republic of Indonesia," *Salam: Sosial dan Budaya Syar-i*, Volume 3 No. 3.
- Mukri, S.G.; Aji, A.M.; Yunus, N.R. (2017). Relation of Religion, Economy, and Constitution In The Structure of State Life, *STAATSRECHT: Indonesian Constitutional Law Journal*, Volume 1, No. 1.
- Nastiti, Ajeng Woro. dkk. (2021). "Pelindungan Hukum Terhadap Merek "Strong" Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis (Analisis Putusan No. 332 K/Pdt.Sus-HKI/2021)", *Jurnal IKAMAKUM*. Vol. 01, No. 02.
- Putra, Fajar Nurcahya Dwi. (2014). "Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Atas Merek Terhadap Perbuatan Pelanggaran Merek", Januari-Juni.
- Putra, Fajar Nurcahya Dwi. (2014). Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Atas Merek Terhadap Perbuatan Pelanggaran Merek., *Mimbar Keadilan, Jurnal Ilmu Hukum.*, Edisi: Januari - Juni.
- Rahmadi, Takdir. (2017). *Mediasi Penyelesaian Sengketa Melalui Pendekatan Mufakat*, Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Rezki, Annisa; Anggraeni, RR. Dewi; Yunus, Nur Rohim. (2019) "Application of Civil Law Theory In the Termination of Custody of Adopted Children in Indonesia," *Journal of Legal Research*, Volume 1, No. 6.
- Saidin, OK. (2015). *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*. Cet. 9, Jakarta: Rajawali Pers.
- Santoso, Edy. (2016). "Penegakan Hukum Terhadap Pelanggaran Merek Dagang Melalui Peran Kepabeanaan Sebagai Upaya Menjaga Keamanan dan Kedaulatan Negara", *Jurnal Rechtsvinding*, Vol. 5, No.1. April.
- Sujatmiko, Agung. (2008). Aspek Yuridis Lisensi Merek dan Persaingan Usaha.*Jurnal Hukum Pro Justitia*. Vol. 26 No.2.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.
- Winarta, Frans Hendra. (2012). *Hukum Penyelesaian Sengketa Arbitrase Nasional Indonesia dan Internasional*. Jakarta: Sinar Grafika.

Henny Novianti, Joko Sriwidodo, Sartono

Yunus, N.R.; Anggraeni, RR Dewi.; Rezki, Annissa. (2019). "The Application of Legal Policy Theory and its relationship with Rechtsidee Theory to realize Welfare State," 'Adalah, Volume 3, No. 1.