

Pendaftaran Merek Sepatu Vans Sebagai Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Hak Merek Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016

Yuri Utomo

Fakultas Hukum / Universitas Boyolali / yuripunkin19@gmail.com

Burham Pranawa

Fakultas Hukum / Universitas Boyolali / burham_9@yahoo.com

Tegar Harbriyana Putra

Fakultas Hukum / Universitas Boyolali / tegarharbriyanaputra@gmail.com

Info Artikel

Abstract

Keywords :
(*Trademark Registration, Vans, Trademark Protection Efforts*)

Trademark protection in Indonesia adheres to the constitutive (registration) principle with the first to file principle. Vans is a company that was founded in 1966 as a well-known brand that is in great demand by the public with legal protection as a well-known brand. The purposes of this study are 1) To know the procedure for registering a trademark as an effort to protect the Vans brand based on Law Number 20 of 2016. 2) To know the legal protection efforts against the holder of the Vans brand rights based on Law Number 20 of 2016. 3) To know the obstacles experienced in the process of trademark registration Based on Law Number 20 of 2016. The research approach used is a normative juridical approach with descriptive research type. The type of data used is secondary data, which consists of primary, secondary and tertiary legal materials. This literature research is carried out by searching, collecting and studying laws and regulations and other legal materials related to the object of research. The data analysis method used descriptive qualitative. The results of the study are 1) Vans is an international mark whose registration must go through the Madrid protocol. Mark submission through the Madrid Protocol is carried out through the DJKI office as the Office of Origin which acts to carry out formality checks 2) Trademark registration will provide stronger protection, especially if it conflicts with the mark identical or similar 3) Obstacles experienced in the process of registering a mark Based on Law Number 20 of 2016 are government factors, law factors, and community and cultural factors as well as the implementation of Law Number 20 of 2016 concerning marks and geographical indications still not effective.

Abstrak

Kata kunci:
(*Pendaftaran Merek, Vans, Upaya Perlindungan Merek*)

Perlindungan merek di Indonesia menganut asas konstitutif (pendaftaran) dengan prinsip *first to file* Artinya, Merek hanya mendapatkan perlindungan apabila Merek tersebut didaftarkan ke pemerintah melalui kementerian Hukum dan HAM, yang terdapat di Direktorat Kekayaan Intelektual. Vans merupakan perusahaan yang berdiri pada

tahun 1966 sebagai brand ternama yang banyak diminati masyarakat dengan perlindungan hukum sebagai merek terkenal. Tujuan penelitian ini adalah 1) Mengetahui prosedur pendaftaran merek sebagai upaya perlindungan hukum terhadap merek Vans Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016. 2) Mengetahui upaya perlindungan hukum terhadap pemegang hak merek Vans Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016. 3) Mengetahui kendala yang dialami dalam proses pendaftaran merek Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016. Pendekatan penelitian yang digunakan pendekatan yuridis normatif dengan jenis penelitian deskriptif. Jenis data yang digunakan data sekunder, yang terdiri atas bahan hukum primer, sekunder dan tersier. Penelitian pustaka ini dilakukan dengan cara mencari, mengumpulkan dan mempelajari peraturan perundang-undangan dan bahan hukum lain yang terkait dengan objek penelitian. Metode analisis data menggunakan kualitatif deskriptif. Hasil penelitian yaitu 1) Vans merupakan merek internasional yang pendaftarannya harus melalui protokol madrid Pengajuan merek melalui Protokol Madrid dilakukan melalui kantor DJKI sebagai *Office of Origin* yang bertindak untuk melakukan pemeriksaan formalitas 2) Pendaftaran merek akan memberikan perlindungan yang lebih kuat, khususnya jika bertentangan dengan merek yang identik atau yang mirip 3) Kendala yang dialami dalam proses pendaftaran merek Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 adalah faktor pemerintah, faktor Undang-Undang, dan faktor masyarakat dan budaya serta implementasi Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis masih belum efektif.

Masuk : 21 September 2021

DOI :10.36596/jbh.v5i2.671

Diterima : 28 Oktober 2021

Terbit : 31 Oktober 2021

Corresponding Author:

burham_9@yahoo.com

1. PENDAHULUAN

Merek sesuai Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dalam Pasal 1 merupakan tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/ atau 3 (tiga) dimensi, 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. Dalam bisnis saat ini, sebuah bisnis tidak dapat dipisahkan dari Merek Dagang atau jasa karena Merek adalah identitas atau karakter dari barang yang diperdagangkan atau dibeli. Sebagai identitas, Merek merupakan suatu tanda pembeda antara produk

barang atau jasa yang sejenis yang diperdagangkan oleh pelaku usaha. Dengan adanya suatu Merek, maka konsumen juga dapat menentukan suatu pilihan dengan tidak adanya kebingungan.

Kegiatan perdagangan barang dan jasa yang terjadi saat ini, tidak hanya sebatas dalam negeri saja, melainkan sudah melintasi batas wilayah negara. Oleh karena itu, mekanisme pendaftaran Merek Internasional menjadi salah satu sistem yang seharusnya dapat dimanfaatkan guna melindungi Merek nasional di dunia Internasional. Sebagaimana diatur dalam Konvensi Madrid sebagai berikut : *The International Mark registration system based on the Madrid Protocol is a very helpful tool for national business actors to register their Marks abroad easily and at affordable costs,*¹ yang berarti bahwa sistem pendaftaran merek global yang bergantung pada Konvensi Madrid adalah perangkat yang sangat akomodatif bagi para pelaku bisnis publik untuk mendaftarkan nama merek mereka di luar negeri secara efektif dan dengan biaya yang terjangkau.

Adapun mengenai perlindungan merek di Indonesia menganut asas konstitutif (pendaftaran) dengan prinsip *first to file*. Artinya, Merek hanya mendapatkan perlindungan apabila Merek tersebut didaftarkan ke pemerintah melalui Kementerian Hukum dan HAM dan dalam hal ini terdapat di Direktorat Kekayaan Intelektual.² Di sisi lain, identitas atau merek dagang sebagai salah satu wujud karya Intelektual memiliki peranan penting bagi kelancaran dan peningkatan perdagangan barang atau jasa. Hal ini tidak terlepas karena suatu merek digunakan untuk membedakan suatu barang tertentu dari barang lain yang bentuknya sejenis. Sedangkan Hak atas Indikasi Geografis adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemegang hak Indikasi Geografis yang terdaftar, selama reputasi, kualitas, dan karakteristik yang menjadi dasar diberikannya perlindungan atas Indikasi Geografis tersebut masih ada.

Perlindungan hukum juga diberikan kepada merek terkenal (*wellknown marks*).³ Merek terkenal terlihat berdasarkan reputasi dan kemasyhuran merek tersebut. Adapun perlindungan terhadap merek terkenal tergantung pada

¹ Ali, C.A. 2008. *Analysis On The Impact Of Madrid Protocol For The Economies Of Developing Countries*. Tokyo. Japan Patent Office & Asia-Pacific Industrial Property Centre. Japan Institute of Invention and Innovation, Page. 8

² *Ibid.* hlm.2

³ *Ibid.* Hlm, 3

pertimbangan peniruan merek terkenal milik orang lain pada dasarnya dilandasi itikad tidak baik, terutama untuk mengambil kesempatan dari ketenaran merek orang lain, sehingga tidak seharusnya mendapat perlindungan hukum.⁴

Vans adalah organisasi yang didirikan pada tahun 1966 sebagai merek terkenal yang sangat diminati oleh masyarakat umum dengan perlindungan yang sah sebagai merek terkenal.⁵ Terkenalnya Vans memicu aktivitas perambahan dengan berbagai jenis pelanggaran yang terjadi secara lokal, salah satunya adalah pendaftaran merek dengan itikad buruk di Direktorat Jenderal yang memiliki kemiripan pada pokoknya atau sama secara keseluruhan dengan merek Vans. Kesamaan di sini dapat dilihat dari persamaan bunyi ucapan, persamaan jenis barang dagangan, kesamaan penampilan, dan sebagainya yang dapat menimbulkan kebingungan bagi pembeli dan mengacaukan persepsi publik.

Vans, Inc. pernah melakukan gugatan atas pendaftaran merek tanpa hak kepada Kim Sum Soo. Mahkamah Agung pada tingkat kasasi menolak permohonan kasasi yang diajukan oleh Kim Sum Soo dan menguatkan putusan Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri yang menyatakan bahwa Vans, Inc. sebagai Termohon adalah pemilik merek Vans dengan diterbitkannya putusan Nomor : 960 K/Pdt.Sus/2010.⁶

Dengan berakhirnya masalah merek Vans, pelanggaran nama merek dilakukan dengan sengaja tanpa pilihan untuk mendaftarkan merek yang sama tanpa informasi tentang pemilik merek Vans dan tanpa pilihan untuk menggunakan merek yang sama secara mendasar atau keseluruhan dengan merek terdaftar yang memiliki tempat dengan pihak lain. Meskipun dalam putusan Pengadilan Tinggi telah ditegaskan bahwa merek Vans adalah merek yang terkenal aman, perambahan nama merek masih normal secara lokal terlihat dari banyaknya jumlah barang dagangan yang beredar yang menggunakan merek yang sama secara mendasar atau lengkap dengan merek Vans, membawa kemalangan bagi pemegang hak merek Vans.

⁴ Rachmadi Usman. 2003. *Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual Perlindungan dan Dimensi Hukumnya di Indonesia*. Bandung: Penerbit Alumni, hlm. 312-313.

⁵ Ali, C.A. 2008. *Analysis On The Impact Of Madrid Protocol For The Economies Of Developing Countries*. Tokyo. Japan Patent Office & Asia-Pacific Industrial Property Centre. Japan Institute of Invention and Innovation, Page. 8

⁶ Putusan Mahkamah Agung Nomor: 960 K/Pdt.Sus/2010 dengan alamat website : www.putusan.mahkamahagung.go.id/pengadilan/pn-jakarta-pusat/direktori/perdata-khusus/merek, diakses pada hari Jumat, 9 April 2021.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis merumuskan masalah penelitian mengenai prosedur pendaftaran merek sebagai upaya perlindungan hukum terhadap merek Vans Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, upaya perlindungan hukum terhadap pemegang hak merek Vans Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, serta kendala yang dialami dalam proses pendaftaran merek Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016.

2. METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan yuridis normatif. Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder dengan menggunakan bahan hukum primer, sekunder dan tersier. Penelitian pustaka ini dilakukan dengan cara mencari, mengumpulkan dan mempelajari peraturan perundang-undangan dan bahan hukum lain yang terkait dengan objek penelitian. Metode analisis data menggunakan kualitatif deskriptif.

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

a. Prosedur Pendaftaran Merek Sebagai Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Merek Vans Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016

Memperhatikan pengaturan Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang menyatakan bahwa merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa. Indonesia melaksanakan suatu kerangka pendaftaran konstitutif di mana dalam sistem ini mengharuskan adanya pendaftaran Merek agar suatu merek bisa mendapatkan perlindungan sistem ini dikenal dengan sistem *first to file*, yang mana dalam sistem ini menegaskan bahwa orang yang pertama kali mendaftarkan Merek maka dialah orang yang berhak atas Merek tersebut. Walaupun Indonesia menganut sistem konstitutif, perlindungan merek terkenal yang belum terdaftar di Indonesia tetap akan mendapat

perlindungan karena Indonesia sudah meratifikasi Konvensi Paris dan perjanjian TRIPS.⁷

Merek mempunyai masa berlaku selama 10 (sepuluh) tahun sejak tanggal penerimaan dan dapat diperpanjang kembali untuk jangka waktu yang sama, yaitu 10 (sepuluh) tahun. Proses perpanjangan merek dapat dilakukan langsung oleh pemilik maupun kuasanya dengan melalui sarana elektronik maupun non-elektronik. Adapun mengenai proses perpanjangan dapat dilakukan 6 (enam) bulan sebelum berakhirnya masa berlaku merek, dan 6 (enam) bulan sejak masa berlakunya merek habis dengan membayar denda yang telah ditetapkan. Mengenai hal tersebut diatur lebih lanjut dalam ketentuan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis pada Pasal 35, 36, 37, 38, 39 dan 40.⁸

Persyaratan dalam proses perpanjangan merek sebagaimana diatur dalam Pasal 36 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 adalah merek harus dipergunakan sebagaimana tercantum dalam sertifikat merek, yang artinya penggunaan merek barang/jasa harus sesuai dengan sertifikat dalam merek. Apabila barang/jasa tersebut pada kenyataannya sudah berhenti produksi dan tidak diperdagangkan lagi, maka merek tersebut tidak dapat diperpanjang.⁹ Berakhirnya masa berlaku merek otomatis berakhir pula perlindungan hukum terhadap merek tersebut.¹⁰

Secara umum langkah-langkah pendaftaran merek dari produk pemohon adalah sebagai berikut :

- 1) Penelusuran merek;
- 2) Klasifikasi barang dan jasa dalam pendaftaran merek;
- 3) Permohonan pendaftaran merek;
- 4) Prosedur permohonan pendaftaran merek;
- 5) Pendaftaran merek Internasional berdasarkan Protokol Madrid;
- 6) Pengumuman dalam Berita Resmi Merek (BRM);
- 7) Pemeriksaan substantif merek; dan

⁷ Yahya Harahap. 1996. *Tinjauan Merek Secara Umum*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti. hlm.14

⁸ Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

⁹ Pasal 36 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

¹⁰ Yahya Harahap. 1996. *Tinjauan Merek Secara Umum*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti. hlm.14

9) Penerbitan sertifikat merek.

b. Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Hak Merek Vans Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016

Alasan utama Kekayaan Intelektual perlu dilindungi bahwa hak yang diberikan kepada seorang pencipta di bidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra atau Inventor di bidang teknologi baru yang mengandung langkah inventif merupakan wujud dari pemberian suatu penghargaan dan pengakuan atas keberhasilan manusia dalam melahirkan karya-karya inovatifnya. Perlindungan HKI merupakan langkah maju bagi bangsa Indonesia yang pada tahun 2020 memasuki era pasar bebas.¹¹

Vans adalah organisasi yang didirikan pada tahun 1966 sebagai merek terkenal yang sangat diminati oleh masyarakat umum dengan perlindungan yang sah sebagai merek terkenal. Terkenalnya Vans memicu kegiatan pelanggaran dengan berbagai jenis pelanggaran yang terjadi di masyarakat, salah satunya adalah pendaftaran merek dengan itikad yang tidak baik pada Direktorat Jenderal yang memiliki kemiripan pada pokoknya atau keseluruhan dengan merek Vans. Kemiripan ini terlihat dari adanya persamaan bunyi ucapan, persamaan jenis barang, persamaan kesan tampilan, dan sebagainya yang dapat menimbulkan kebingungan pada konsumen dan mengacaukan persepsi publik.

Pelanggaran dalam Hak Atas Merek dapat berupa persamaan pada pokoknya atau persamaan secara keseluruhan. Karena pada dasarnya Merek berfungsi sebagai daya pembeda antara produk satu dengan yang lainnya. Berikut ini akan ditampilkan berbagai bentuk pelanggaran terhadap merek :

1. Praktik Peniruan Merek

Itikad tidak baik tersebut berwujud penggunaan upaya-upaya mempergunakan merek dengan mempergunakan merek terkenal (*well know trademark*) yang sudah ada sehingga merek atas barang atau jasa yang diproduksinya secara pokoknya sama dengan merek atas barang atau jasa yang sudah terkenal)untuk barang-barang atau jasa yang

¹¹Mieke Komar dan Ahmad M. Ramli. Perlindungan Hak Atas Kepemilikan Intelektual Masa Kini dan Tantangan Menghadapi Era Globalisasi Abad 21, Makalah disampaikan pada Seminar Pengembangan Budaya Menghargai HAKI di Indonesia Menghadapi Era Globalisasi Abad ke-21

sejenis) dengan maksud menimbulkan kesan kepada khalayak ramai seakan-akan barang atau jasa yang diproduksinya itu sama dengan produksi barang atau jasa yang sudah terkenal.

2. Praktik Pemalsuan Merek

Dilakukan oleh pengusaha yang tidak beritikad baik dengan cara memproduksi barang-barang yang mempergunakan merek yang sudah dikenal secara luas dalam masyarakat, yang bukan merupakan haknya. Sebagai contoh : saat ini sedang marak barang imitasi dari produk terkenal dengan istilah “KW”, biasanya terbagi dalam kategori “KW 1”, “KW 2”, “KW Super”, dan sebagainya.¹² Praktek inilah yang terjadi dalam merek sepatu Vans yang bnayak diprosduksi buak oleh pemegang hak atas merek Vans.

3. Perbuatan-perbuatan yang dapat Mengacaukan Publik Berkenaan dengan Sifat dan Asal Usul Merek

Termasuk segala perbuatan yang menimbulkan informasi yang tidak benar terkait Merek Dagang, misalnya pengusaha mencantumkan keterangan sifat dan asal-usul barang yang tidak benar untuk mengelabui konsumen seakan-akan barang memiliki kualitas yang baik karena berasal dari daerah penghasil barang yang bermutu.¹³

4. Kegiatan Lain yang Berhubungan dengan Peniruan dan Pemalsuan Merek

Termasuk segala bentuk kegiatan yang berhubungan dengan praktik peniruan dan pemalsuan merek, seperti memperdagangkan barang hasil peniruan dan/atau pemalsuan merek.

Perlindungan hukum yang diberikan kepada pemilik merek atau pemegang sah hak atas merek terdaftar, meliputi :

1. Melindungi penggunaan hak eksklusif merek, terdiri atas :

¹² Fajar Nurcahya Dwi Putra. 2014. Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Atas Merek Terhadap Perbuatan Pelanggaran Merek. *Jurnal Mimbar Keadilan. Jurnal Ilmu Hukum* Edisi: Januari – Juni.

¹³ Saidin, OK. 2015. Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual. Jakarta: Raja Grafindo Persada, hlm.469

- a) Mempergunakan tanda merek sebagai logo, label atau gambar dalam surat menyurat, pada barang atau jasa, pada kemasan (*packaging*) dalam advertensi atau promosi.
 - b) Menikmati secara eksklusif manifestasi yang lahir dari merek, meliputi *good will* atau *well-known*, reputasi tinggi, sumber asal, sentuhan kultur dan sentuhan keakraban.
2. Melindungi hak eksklusif mempergunakan merek sebagai alat eksploitasi memperoleh keuntungan materil dalam perdagangan, meliputi :
- a) Memasarkan barang atau jasa dalam perdagangan nasional, regional, dan global.
 - b) Menyimpan barang yang dilindungi hak merek, asalkan tidak bertentangan dengan ketentuan monopoli dan spekulasi untuk menaikkan harga.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang merupakan pedoman terbaru. Dengan semakin banyaknya pelanggaran dan pemalsuan merek yang membahayakan kesehatan dan keselamatan jiwa manusia, agar pelanggar jera melakukan pelanggaran dan pemalsuan, maka sanksi permohonan pendaftaran merek Internasional pidana denda dan hukuman diperberat.

c. Kendala yang Dialami dalam Proses Pendaftaran Merek Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016

Kendala yang dialami dalam proses pendaftaran merek berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis di antaranya adalah sebagai berikut :

1. Kurangnya Peran Pemerintah

Meskipun Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis telah dikeluarkan pemerintah, namun peran pemerintah dalam memberi pemahaman dan informasi pendaftaran merek sangatlah kurang. Kurangnya sosialisasi ini menjadi salah satu faktor di mana masih banyak terjadi penipuan merek di Indonesia.

2. Peran Masyarakat

Kurangnya pengetahuan masyarakat di Indonesia mengenai bagaimana mekanisme pendaftaran merek menjadi salah satu kendala dalam proses pendaftaran merek. Kesadaran masyarakat sangat kurang dalam mencari informasi mengenai pendaftaran merek, serta kurangnya memanfaatkan media sosial untuk mencari informasi-informasi melalui internet. Mereka beranggapan jika tidak mendaftarkan merek bukan berarti barang yang mereka tawarkan tidak laku, karena tolak ukur lakunya suatu barang bukan dari merek yang didaftarkan. Seharusnya masyarakat bersifat kreatif untuk mencari informasi atau sesuatu hal berkaitan dengan merek, jangan hanya mengandalkan pemerintah.

4. PENUTUP

a. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan uraian pembahasan yang telah dijabarkan dapat disimpulkan sebagai berikut :

- 1) Prosedur pendaftaran merek sebagai upaya perlindungan hukum terhadap merek Vans Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, pendaftarannya harus melalui Protokol Madrid. Pengajuan merek melalui Protokol Madrid dilakukan melalui kantor DJKI sebagai *Office of Origin* yang bertindak untuk melakukan pemeriksaan formalitas dengan cara melakukan verifikasi dan melakukan sertifikasi atau pengesahan terhadap berkas formulir MM2 dalam Bahasa Inggris (www.dgip.go.id, prosedur permohonan Protokol Madrid). Permohonan yang telah dinyatakan lengkap oleh kantor DJKI, selanjutnya diteruskan ke biro internasional (selanjutnya disebut WIPO) untuk mendapatkan International Registration Number (IRN). Setelah mendapatkan IRN, WIPO mengirimkan permohonan Protokol Madrid tersebut ke negara-negara tujuan, selanjutnya dikeluarkan pengumuman dalam Berita Resmi Merek (BRM), pemeriksaan substantif merek, dan penerbitan sertifikat merek
- 2) Upaya perlindungan hukum terhadap pemegang hak merek Vans berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 adalah berupa

perlindungan hukum terhadap merek hanya diberlakukan terhadap merek yang telah didaftarkan. Pendaftaran merek akan memberikan perlindungan yang lebih kuat, khususnya jika bertentangan dengan merek yang identik atau yang mirip. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 pada Pasal 2 Ayat (3) menjelaskan merek yang dilindungi terdiri atas tanda berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, 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.

- 3) Kendala yang dialami dalam proses pendaftaran merek berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 adalah faktor pemerintah, faktor Undang-Undang, faktor masyarakat dan budaya serta implementasi Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis masih belum efektif.

b. Saran

1. Masyarakat harus merubah cara pandang mereka yang sudah terbiasa mengkonsumsi produk dengan merek palsu menjadi masyarakat yang anti produk palsu dan anti pembajakan.
2. Harus ada kesadaran budaya terkait merek merupakan hak milik orang secara pribadi bukan merupakan hak milik bersama dalam masyarakat.
3. Pemerintah diharapkan memberikan alternatif sistem pengaduan yang lebih memudahkan pihak pemilik merek yang dilanggar haknya seperti dengan pengaduan merek secara online dan menambah jumlah agenda sosialisasi Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, C.A. 2008. *Analysis On The Impact Of Madrid Protocol For The Economies Of Developing Countries*. Tokyo. Japan Patent Office & Asia-Pacific Industrial Property Centre. Japan Institute of Invention and Innovation.

Developing Countries. Tokyo. Japan Patent Office & Asia-Pacific Industrial Property Centre. Japan Institute of Invention and Innovation.

Yahya Harahap. 1996. *Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek Di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang Nomor Tahun 1992*. PT Citra Aditaya Bakti : Bandung.

Fajar Nurcahya Dwi Putra. 2014. *Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Atas Merek Terhadap Perbuatan Pelanggaran Merek*. Jurnal Mimbar Keadilan. Jurnal Ilmu Hukum Edisi: Januari – Juni.

Mieke Komar dan Ahmad M. Ramli. *Perlindungan Hak Atas Kepemilikan Intelektual Masa Kini dan Tantangan Menghadapi Era Globalisasi Abad 21*, Makalah disampaikan pada Seminar Pengembangan Budaya Menghargai HAKI di Indonesia Menghadapi Era Globalisasi Abad ke-21.

Putusan Mahkamah Agung Nomor: 960 K/Pdt.Sus/2010 terdapat dalam website www.putusan.mahkamahagung.go.id/pengadilan/pn-jakarta-pusat/direktori/perdata-khusus/merek, yang diakses pada hari Jumat, 9 April 2021.

Rachmadi Usman. 2003. *Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual Perlindungan dan Dimensi Hukumnya di Indonesia*. Bandung: Penerbit Alumni.

Saidin, OK. 2015. *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. Jakarta: Raja Grafindo Persada,

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

Yahya Harahap. 1996. *Tinjauan Merek Secara Umum*. Bandung: :PT Citra Aditya Bakti.