

**ANALISIS TANGGUNG JAWAB DIREKTORAT JENDERAL HAKI
TERHADAP KASUS PENDOMPLENGAN NAMA / *PASSING OFF*
TERHADAP MEREK TERKENAL “M&G” DITINJAU DARI UNDANG-
UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI
GEOGRAFIS (STUDI KASUS PUTUSAN NO 526K/PDT.SUS-HKI/2020)**

Michael

(Fakultas Hukum Universitas Tarumanagara)

(E-mail: michadiwijaya@gmail.com)

Christine S.T. Kansil

(Dosen Fakultas Hukum Universitas Tarumanagara. Meraih Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum

Universitas Tarumanagara, Magister Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Tarumanagara)

(E-mail: christinestkansil@fh.untar.ac.id)

Abstract

During the period of international trade, for global agreements that have been ratified by Indonesia, the position of brands and geographical features is very important, especially in protecting fresh business competition, protecting customers, and preventing micro, small and medium enterprises and factories in the country. Intellectual property in law is divided into 2 groups, namely the right to make (copyrights) and factory ownership rights (industrial property rights). Factory property rights include patents, business brands, and factory concepts (Industry design), Anti Fraud (ends unfair competition), structured circuit position rules and business secrets. Trademark rights are the scope of property rights, because brand rights are the right to use a logo or brand for products that are traded by one person with other people's products even though they do not have the main factor as what is meant by the interpretation of intellectual property, namely there is no intellectual effort factor in the form of inventions or findings. However, once there is a meeting between manufacturing rights, patent rights and trademark rights, it is observed from the nature or form of the rights, namely the rights to intangible goods.

Keywords: consist of 3-5 keywords

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Secara historis, Intellectual Property Law (IPR) awal muncul di Venesia, Italia sekitar tahun 1470, perihal hak paten. Caxton, Galileo, & Gutenberg dianggap yang menemukan yang muncul pada saat itu dan memonopoli penemuan mereka. Undang-undang paten ini selanjutnya di adopsi oleh Kerajaan Inggris selama era Tudor di tahun 1500- an, dan selanjutnya undang-undang paten awal mula diberlakukan di Inggris pada tahun 1623 atas nama hukum monopoli. Undang-undang Paten Thn. 1791. Usaha koordinasi di bagian kekayaan intelektual ini berlangsung pada 1883. Pada munculnya Paris Convention on Patents, Trademarks and Designs, Konvensi Berne pertama kali diundangkan pada tahun 1886 untuk menyelesaikan masalah hak cipta. Pada tahun 2001, Organisasi Kekayaan Intelektual Dunia (WIPO) menetapkan 26 April sebagai Hari Kekayaan Intelektual Sedunia.

Di Indonesia sendiri, kebijakan hukum di bidang kekayaan intelektual sudah lahir dari 1840- an. Pada tahun 1884, pemerintahan koloni Belanda secara resmi mengumumkan hukum perlindungan kekayaan intelektual pertama. Selanjutnya, pemerintah Belanda mengumumkan UU Merek, UU Paten 1910 & UU Hak Cipta (1912) pada tahun 1885. Saat itu, Indonesia yang masih dikenal sebagai Hindia Belanda telah jadi bagian Paris Convention for the Protection of Industrial Property (Paris Convention) awal Thn. 1888 & bagian Berne Convention for the Protection of Literature and Art. Ini telah bekerja sejak 1914. Pada Agustus 1945, bangsa Indonesia mendeklarasikan kemerdekaannya. Pada kebijakan perpindahan UUD 1945, semua kebijakan peninggalan kolonial Belanda berlaku sepanjang tidak berlawanan pada UUD 1945. Meskipun hukum hak cipta & hukum warisan Belanda berlaku, mereka tidak namun tidak demikian dengan UU Paten yang dimana dianggap bertentangan dengan pemerintah Indonesia. Pada UU Paten peninggalan Belanda ini, permohonan paten diajukannya dikantor paten yang berada di Batavia (Jakarta), tetapi pemeriksaan permohonan atas paten tersebut

wajib dilakukan di *Octrooi Road* yang ada di Belanda. di tahun 1953, pemerintah Indonesia melalui Menteri Kehakiman RI mengeluarkan pengumuman yang merupakan perangkat kebijakan mengenai tentang Paten, yakni Pengumuman Menteri Kehakiman Nomor. J.S. 5/41/4, perihal pengajuan sementara permintaan paten dalam negeri, & Pengumuman Menteri Kehakiman No. J.G. 1/2/17 yang mengatur tentang pengajuan sementara permintaan paten luar negeri.

UU Merek tahun 1961 merupakan UU pertama di bidang kekayaan intelektual di Indonesia. UU Merek 1961 berlaku di tanggal 11 November 1961. UU Merek tahun 1961 mempunyai tujuan guna memberi perlindungan warga dari benda tiruan ataupun bajakan. di tanggal 10 Mei 1979, Indonesia meratifikasi Paris Convention for the Protection of Industrial Property/Paris Convention (Stockholm Revised Edition, 1967) berdasarkan Keputusan Presiden No. nomor 24 tahun 1979. Pada 12 April 1982, pemerintah mengesahkan UU No. 24. Ketetapan Nomor 6 Tahun 1982 tentang Hak Cipta (Undang-Undang Hak Cipta Tahun 1982) meninggalkan hukum hak cipta warisan kolonial Belanda. Pengesahan UU Hak Cipta tahun 1982 bertujuan untuk mendorong dan melindungi penciptaan dan penyebarluasan produk budaya di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra, serta untuk mempercepat tumbuhnya kearifan kehidupan masyarakat. Pada tahun 1986 merupakan awal era modern mengenai sistem HKI di Indonesia. Tertanggal 13 Juli 1986, Presiden RI mendirikan tim khusus di bidang HKI berdasarkan Keputusan Presiden No. 34/1986 yang dikenal dengan tim Keppres 34. Tugas utamanya menjalankan susunan dari kebijaksanaan nasional di aspek HKI, dalam penyusunan suatu perundang-undangan pada aspek HKI dan pemasyarakatan sistem HKI kepada lembaga penguasa terpaut, petugas penegak hukum dan warga besar. Berikutnya, Regu Keppres 34 membuat beberapa inovasi ialah dengan mengutip inisiatif terkini dalam menanggulangi perbincangan nasional mengenai perlunya sistem paten di Indonesia.

Berdasarkan tanggal 19 September 1987, Pemerintahan RI mengeluarkan UU No. 7 Thn. 1987 perubahan atas UU No. 12 Thn 1982 perihal Hak Cipta. Berdasarkan pernyataan dalam UU tersebut yang menyatakan suatu perubahan dapat dilakukan karena makin meningkat-nya penyelewengan hak cipta dimana bisa membahayakan berkehidupan sosial & bisa membuat hancur sifat kreatif warga. di tahun 1988 bersumber pada Ketetapan Kepala negara Nomor. 32, ditetapkannya pembuatan Direktorat Jenderal Hak Membuat, Paten serta Merk buat mengutip ganti guna serta kewajiban Direktorat Paten serta Hak Membuat yang ialah bagian bagian eselon II di area Direktorat Jenderal Hukum serta Perundang-undangan, Unit Peradilan. Pada bertepatan pada 13 Oktober 1989, DPR membenarkan RUU mengenai Paten serta disahkan UU Nomor. 6 tahun 1989 (UU Paten 1989) oleh Kepala negara RI pada bertepatan pada 1 November 1989 serta mulai legal pada bertepatan pada 1 Agustus 1991. Pengesahan UU Paten 1989 bertujuan untuk mengakhiri perdebatan tentang seberapa penting sistem paten dan manfaatnya bagi bangsa Indonesia. Di dalam pertimbangannya, perangkat hukum di bidang paten bisa membagikan proteksi hukum serta menciptakan situasi yang lebih bagus untuk temuan teknologi. Perihal ini dicoba sebab dalam pembangunan nasional dengan cara biasa serta khususnya di zona pabrik, teknologi mempunyai andil amat berarti. Pengesahan ini pula dimaksudkan menarik permodalan asing serta membagikan jalur buat masuknya teknologi ke dalam negara. Ditegaskan pula dalam usaha meningkatkan sistem HKI, tercantum Paten, di Indonesia, bukanlah sebab titik berat bumi global, namun pula keinginan nasional buat menghasilkan sesuatu sistem proteksi HKI yang efisien.

Pada bertepatan pada 28 Agustus 1992, Penguasa RI mengesahkan UU Nomor. 19 tahun 1992 mengenai Merek (UU Merk 1992) serta mulai legal semenjak bertepatan pada 1 April 1993 yang dimana UU ini mengambil alih UU Merek 1961. Pada bertepatan pada 15 April 1994, Penguasa RI memaraf Persetujuan

Akhir yang muat Hasil- Hasil Negosiasi Perdagangan Multilateral Putaran Uruguay (*Final Act Embodying the Result of the Uruguay Round of Multilateral Trade Negotiations*, yang mencakup Persetujuan TRIPS (*Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights*).

3 tahun setelah itu, pada tahun 1997 Penguasa melaksanakan perbaikan kepada fitur peraturan hukum di aspek GKI, ialah UU Hak Membuat 1987 jo. UU. 6 tahun 1982, UU Paten 1989, serta UU Merk 1992.

Di Penghujung tahun 2000, Pemerintah mengesahkan 3 UU terkini di aspek HKI, ialah UU Nomor. 30 tahun 2000 mengenai Rahasia Bisnis, UU Nomor. 31 tahun 2000 mengenai Konsep Pabrik serta UU Nomor. 32 tahun 2000 mengenai Konsep Aturan Posisi Sirkuit Terstruktur.

Pada usaha pemerintah buat memadukan seluruh kebijakan hukum aspek HAKI searah dengan *The Agreement on Trade-Related Aspect of Intellectual Property Rights* (TRIPS), maka pada tahun 2001, Pemerintah Indonesia mengesahkan Undang-Undang No. 14 tahun 2001 tentang Paten (UU Paten), dan Undang-Undang No. 15 tahun 2001 tentang Merek (UU Merek). Kedua UU ini menggantikan UU peninggalan kolonial Belanda di bidang HAKI. Pada pertengahan tahun 2002, UU No. 19 tahun 2002 tentang Hak Cipta menggantikan UU yang lama dan berlaku efektif satu tahun sejak diundangkan UU tersebut.

Pelanggaran kepada Hak Merek Populer amat gempar terjalin di Indonesia. Dengan amat gampang ditemui bermacam tipe Merk ataupun Brand populer dijual dengan leluasa di pasaran, bagus di gerai atau gerai- gerai kecil, pasar konvensional ataupun jajakan di pinggiran jalur raya. Bahan- bahan yang dijual ini umumnya dijual dengan harga yang lebih ekonomis, apalagi dijual dengan harga yang amat ekonomis dibanding dengan harga produk aslinya. Para pelanggan di Indonesia tidak menguasai metode melainkan sesuatu produk yang asli dengan sesuatu produk yang dijual dengan harga ekonomis, perihal ini dapat membuat tergiur buat membeli suatu produk yang ilegal yang biayanya jauh lebih

ekonomis. Perihal ini telah nyata kalau terjalin pelanggaran kepada Merek Populer dengan memproduksi atau menjual produk ilegal dari hak merek populer serta dijual dengan harga amat ekonomis serta pastinya berdampak minimnya atensi konsumen atau pelanggan saat membeli produk dengan Hak Merek asli.

Produk-produk dengan merek yang sudah dikenal oleh masyarakat hendak lebih gampang dipromosikan, alhasil dengan gampang dijual serta bisa membagikan profit keuangan yang lebih besar pada pemegang Hak Merek yang asli. Penafsiran Merk Populer itu sendiri ialah, bila suatu merek sudah tersebar besar dari batas- batas regional hingga batas- batas global, dimana telah tersebar pergi negara serta dibuktikan dengan terdapatnya registrasi merk yang berhubungan di bermacam Negeri. Hingga diperlukan proteksi hukum untuk pemegang Hak Merek populer buat menjamin kejelasan hukum untuk pencipta merk, owner merk, serta pemegang hak merek. Tidak hanya itu, buat menghindari pelanggaran serta kesalahan atas Hak Merek serta membagikan khasiat pada warga supaya lebih terdorong buat membuat serta mengurus registrasi merk usaha- nya.¹

Atensi perundang-undangan yang dapat diberikan kepada Merek itu dicoba dengan 2 metode ialah proteksi hukum melindungi serta proteksi hukum dengan cara represif.

Hukum Merk mencegah Merk Populer (Well- known Mark), yang dimana permohonan merk hendak ditolak bila memiliki persamaan pada pokoknya ataupun seluruhnya dengan Merk Populer buat baran serta atau ataupun pelayanan yang semacam.

Proteksi hukum pada Merek Populer di Indonesia telah diatur dalam Artikel 21 bagian (1) paragraf beserta c, Artikel 83 bagian (2), diperkuat uraiannya pada Artikel 76 ayat (2), dan Pasal 83 ayat (2).

Terjadinya penolakan suatu registrasi merk berhubungan dengan proteksi hukum dengan cara melindungi kepada merek populer wajib mencermati

¹ Haryani, Iswi, 2010, *Prosedur Mengurus HAKI yang Benar*, Pustaka Yustisia, Yogyakarta, hal. 89.

terdapatnya faktor itikad tidak baik, dengan demikian pendaftar yang bukan owner Merek Populer yang terencana dengan itikad tidak bagus yang mau menggunakan kemasyhuran Merk Populer orang lain, menggunakan advertensi Merk Populer untuk profit diri sendiri dengan cara bebas.

Proteksi hukum dengan cara represif diserahkan pada seseorang bila sudah terjalin pelanggaran hak atas merek. Para owner merk yang telah tertera menemukan proteksi atas pelanggaran hak atas merek yang dipunyainya bagus dalam petisi ubah cedera(serta petisi pembatalan registrasi merk) ataupun desakan hukum kejahatan lewat petugas penegakan hukum.

UU No. 5 Thn 1999 perihal Larangan Praktek Monopoli & Persaingan Usaha Tidak Sehat (UU Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat) ialah selaku perlengkapan pengawasan sosial yang berupaya melindungi kebutuhan biasa serta menghindari praktek dominasi serta atau ataupun kompetisi upaya tidak segar. UU Pantangan Praktek Dominasi serta Kompetisi Upaya Tidak Segar berupaya tingkatkan kemampuan ekonomi nasional, membuat kompetisi upaya yang mendukung lewat pengaturan kompetisi upaya yang segar, serta menghasilkan daya guna serta kemampuan aktivitas upaya². Dengan terdapatnya UU Pantangan Praktek Dominasi serta Kompetisi Upaya Tidak Segar ini membagikan kejelasan hukum serta proteksi pada pelakon upaya dalam berupaya, dengan metode mencegah sejumlah praktek dominasi serta atau ataupun kompetisi supaya tidak segar dengan impian dapat menghasilkan situasi upaya yang mendukung, dimana tiap pelakon harus bisa bersaing dengan alami, jujur serta kondusif.³

Dengan demikian, terdapat unsur-unsur dalam setiap persaingan seperti:

² Ayudha D. Prayoga, et.al., *Persaingan Usaha dan Hukum yang Mengaturnya di Indonesia*, Proyek ELIPS, Jakarta, 2000, hlm. 53

³ Meyliana, Devi, *Hukum Persaingan Usaha "Studi Konsep Pembuktian Terhadap Perjanjian Penetapan Harga Dalam Persaingan Usaha"*, Malang: Setara Press, 2013, hlm. 15-16

1. Terdapat 2 pihak ataupun lebih yang ikut serta dalam usaha silih mengungguli
2. Terdapat kemauan diantara mereka buat menggapai tujuan yang serupa.

Persaingan di artikan selaku aksi seorang yang memprioritaskan dirinya sendiri. Dengan memprioritaskan dirinya sendiri, seorang yang bersaing melegalkan seluruh metode buat memperoleh profit ataupun melegalkan dirinya sendiri.

Terdapat 3 (tiga) tipe pelanggaran merek ialah pemalsuan merek, manipulasi merk serta peniruan merek atau bungkusannya sesuatu produk. Pelanggaran serta peniruan Hak Merek Populer mempunyai akibat yang bertabiat mengganggu kepada warga.

Pelanggaran kepada Merek Populer di Indonesia dimasukan selaku permasalahan kejahatan ataupun awas. Owner Merk yang telah tertera bisa mengajukan petisi pada pihak lain bila dengan cara terencana serta tanpa hak memakai atau menjiplak Merek yang memiliki persamaan pada pokoknya ataupun segenap dengan benda serta atau ataupun pelayanan Merk Populer⁴

Kasus-kasus pelanggaran Merek Terkenal baik dagang maupun jasa di Indonesia: Merek Dagang Terkenal:

1. Kasus Pierre Cardin melawan Alexander Satryo Wibowo (pengusaha lokal asal Indonesia) tahun 2015: yang dimana putusan hakim memutuskan bahwa merek Pierre Cardin lokal memiliki pembeda dalam produknya
2. Merek Lexus dari Toyota Motor Corporation melawan ProLexus (merek lokal untuk alas kaki) milik Welly Karlan tahun 2014: dimana putusan hakim memutuskan bahwa gugatan yang diajukan Lexus sudah melewati batas waktu atau kadaluarsa.

⁴ Miru, Ahmad, *Hukum Merek Cara Mudah Mempelajari Undang – Undang Merek*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005, hal, 78

3. Monster Energy Company melawan Andria Thamrun (pemilik merek lokal) tahun 2015: putusan hakim memutuskan bahwa gugatan dari Monster Energy Company prematur dan harus menunggu putusan dari Komisi Banding Merek agar tidak ada putusan yang tumpah tindih.

Merek Jasa Terkenal:

1. Kasus Bioneuron antara PT. Pharpros (perusahaan lokal asal Semarang) melawan Merck KGaA (perusahaan farmasi terkenal asal Jerman) tahun 2015: dimana Merck menilai bahwa PT Phapros menggunakan merek Bioneuron tanpa sepengetahuan Merck yang memiliki kesamaan bentuk, ucapan dan bunyi.
2. Donald Trump vs Pengusaha Retail Indonesia tahun 2014: sengketa merek antara perusahaan milik mantan Presiden Amerika Serikat Donald Trump, dengan merek ritel lokal yang dinamai juga "Trumps" namun Pengadilan Negeri Jakarta Pusat hanya mengabulkan Sebagian gugatan karena nama "Trumps" merupakan kata umum dan bukan kata imajinasi.

Kasus-kasus sengketa merek terkenal dari 2018-2021:

1. Sengketa merek ayam geprek milik Ruben Onsu (Geprek Bensu) dengan Benny Sudjono (I Am Geprek Bensu) tahun 2020
2. Sengketa Merek pasta gigi antara Hardwood Private Limited dengan PT. Unilever Indonesia, Tbk tahun 2020
3. Sengketa Merek Terkenal antara Sushi-Tei PTE.LTD ; PT.Sushi-Tei Indonesia dengan PT. Boga Inti dan Kusnadi Rahardja

Hak Atas Kekayaan Intelektual di ilmu hukum dipecah jadi 2 (dua) golongan, ialah Hak Membuat (*Copyright*), Hak Kekayaan Pabrik (*Industrial Property Right*) yang mana Hak Kekayaan Pabrik terdiri dari Paten (*Patent*), Merk (*Trademark*), Konsep Pabrik (*Industry Design*), Penyelesaian Aplikasi Kompetisi Tidak jujur (*Repression of Unfair Competition*), Konsep Aturan Posisi

Sirkuit Terstruktur (*Layout Design of Integrated Circuit*), serta Rahasia Dagang (*Trade Secret*).⁵

Hak Atas Merek ialah lingkup dari Hak Atas Kekayaan sebab hak atas merek selaku hak buat mengenakan ciri ataupun merk untuk melainkan sesuatu produk bisnis seorang dengan produk orang lain, meski tidak mempunyai faktor utama semacam yang dimaksud dengan penafsiran kepunyaan intelektual ialah tidak terdapat faktor upaya intelektual dalam wujud invensi ataupun temuan. Tetapi begitu ada pertemuan antara hak membuat, hak paten serta hak merek diamati dari watak ataupun wujud haknya ialah hak atas barang yang tak berbentuk.⁶

Merk ialah sesuatu perlengkapan buat melainkan produk yang satu dengan produk yang yang lain pula selaku petunjuk mutu sesuatu produk disamping selaku ciri- ciri ataupun bukti diri yang mempermudah para pelanggan buat menentukan pilihannya. Bila suatu merek tidak mempunyai merk, pasti tidak diketahui ataupun diperlukan oleh pelanggan, karenanya sesuatu produk apak produk itu bagus ataupun tidak, pasti hendak mempunyai merk dalam produknya.

Bahkan sangat memungkinkan bagi semua orang bahwa suatu merek yang telah diketahui oleh pelanggan sebab kualitas serta biayanya yang terjangkau hendak senantiasa diiringi, ditiru, dibajak apalagi dipalsukan oleh produsen lain dalam melaksanakan kompetisi bidang usaha ataupun bisnis. Sikap kompetisi yang tidak ini tidak cuma terjalin di Indonesia saja namun di negara- negara lain tidak

⁵ C.S.T. Kansil, *Hak Milik Intelektual (Hak milik Perindustrian dan Hak Cipta)*, Cetakan ke-1, Jakarta: PT. Sinar Grafika, 1997, hlm. 98

⁶ Yahya Harahap, *Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek Indonesia Berdasarkan UU No. 19 Tahun 1992*, Jakarta: Citra Aditya Bakti, hlm. 6

lain di sejumlah negara yang industrinya amat maju, perkara pelanggaran merek senantiasa terjalin.

Merek juga berguna bagi pelanggan. Mereka membeli produk khusus(yang nampak dari merknya) sebab baginya, merk itu bermutu besar ataupun nyaman buat disantap disebabkan nama baik merk itu.⁷

Merk sendiri ialah ciri ciri- ciri yang melainkan kepunyaan seorang dengan kepunyaan orang lain. Ciri ciri- ciri ini terbuat supaya pelakon bidang usaha ataupun industri yang bermaksud buat melainkan benda ataupun pelayanan yang diproduksi. Untuk produsen merk berperan selaku agunan angka hasil penciptaan yang berkaitan dengan mutu serta kebahagiaan pelanggan.⁸

Keinginan terdapatnya proteksi hukum atas merek tepatnya logo, terus menjadi bertumbuh cepat dengan terdapatnya banyak orang yang melaksanakan aksi jiplakan. Kondisi semacam ini menaikkan alangkah berartinya sesuatu merk, ialah dengan metode melainkan asal- usul benda serta mutu dari produk itu, serta pula menghindarkan praktek- praktek peniruan produk itu. Logo sendiri ialah salah satu produk ataupun perihal yang bisa didaftarkan ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, dimana banyak permasalahan yang terjalin dengan peniruan dalam wujud logo ataupun catatan yang terdapat di dalam logo itu. Logo jadi salah satu pandangan berarti dalam kemajuan produk yang diperoleh. Kerapkali terdapat sebagian orang dengan terencana memakai merk logo itu untuk mengutip profit sendiri. Bila mau mengutip profit dari bidang hak ekonomi

⁷ Tim Lindsey & Eddy Damian, dkk, 2002, Hak Kekayaan Intelektual. Suatu Pengantar, Bandung: PT. Alumni, hal.131

⁸ Wiranto DI anggoro, 1997, Pembaharuan Undang-undang Merek dan Dampaknya Bagi Dunia Bisnis, Jakarta: Yayasan Perkembangan Hukum Bisnis, hlm: 34.

dari sesuatu merk, hingga wajib melaksanakan sesuatu akad sertifikat dengan seorang yang memiliki merk logo itu.

Merk bagi Artikel 1 Nilai 1 Hukum Nomor. 20 Tahun 2016 mengenai Merk serta Gejala Geografis merupakan ciri yang bisa diperlihatkan dengan cara grafis berbentuk lukisan, logo, julukan, tutur, graf, nilai, lapisan warna, dalam wujud 2 format serta atau ataupun 3 format, suara, hologram, ataupun campuran dari 2 ataupun lebih faktor itu buat melainkan benda serta atau ataupun pelayanan yang dibuat oleh orang ataupun tubuh hukum dalam aktivitas perdagangan benda serta atau ataupun pelayanan.

Merek Bisnis merupakan Merek yang dipakai pada benda yang diperdagangkan oleh seorang ataupun sebagian orang dengan cara Bersama- sama ataupun tubuh hukum buat melainkan dengan benda semacam yang lain.

Maka dari itu dikeluarkan Undang-Undang Republik Indonesia No 20 Tahun 2016 mengenai Merk serta Gejala Geografis (yang berikutnya diucap dengan UU Merek serta Gejala Geografis) yang jadi dasar hukum buat melindungi kompetisi upaya yang segar, proteksi pelanggan, dan proteksi Upaya Mikro, Kecil serta Melarang serta pabrik di negara.

Sebuah merk mempengaruhi daya beli konsumen untuk membeli suatu produk, sehingga memunculkan kepatuhan antara konsumen serta pedagang. Merek memiliki tujuan antara lain:

1. Perlengkapan advertensi buat menarik atensi para pelanggan di pasaran
2. Jadi bukti diri yang hendak berguna pada cara pembedaan atas suatu produk dengan produk yang laku di pasaran alhasil hendak memberikan keringanan untuk para konsumen buat mendapatkannya

3. Menjaga pandangan produk dengan memberikan suatu agunan mutu, agama serta pula prestige khusus atas suatu produk
4. Selaku perlengkapan dalam pengaturan suatu pasar
5. Memberitahukan suatu produk terkini yang esoknya hendak menolong dalam memperoleh klien terkini ke depannya dengan lebih gampang sebelumnya
6. Membagikan proteksi hukum atas angka eksklusif yang dipunyai suatu produk tertentu
7. Mempermudah para pedagang dalam melaksanakan pembagian pasar dengan lebih baik
8. Tingkatkan terciptanya suatu inovasi produk yang hendak mendesak para pelanggan dalam melaksanakan bermacam karakteristik tertentu untuk menjauhi dari terdapatnya aksi peniruan yang dicoba oleh para kompetitor.

Peraturan mengenai suatu merek terkenal yang belum diatur oleh pemerintah melalui UU Merek dan Indikasi Geografis, dikeluarkan regulasi oleh pemerintahan melalui Pasal 18 ayat (3) Peraturan KEMENKUMHAM No. 67 Thn 2016 perihal Pendaftaran Merek. Regulasi tersebut seperti:

- a. Tingkatan wawasan ataupun pengakuan warga kepada Merk itu di aspek upaya yang berhubungan selaku Merk populer;
- b. Daya muat pemasaran benda serta atau ataupun pelayanan serta profit yang didapat dari pemakaian merk itu oleh pemiliknya;
- c. Pangsa pasar yang dipahami oleh Merk itu dalam hubungannya dengan penyebaran benda serta atau ataupun pelayanan di warga;
- d. Capaian wilayah penggunaan Merk;
- e. Waktu durasi pemakaian Merek;
- f. Keseriusan serta advertensi Merk, tercantum angka pemodalannya yang dipergunakan buat advertensi itu;

- g. Registrasi Merk ataupun permohonan registrasi Merk di negeri lain;
- h. Tingkatan kesuksesan penegakan hukum di aspek Merk, khususnya hal pengakuan Merk itu selaku Merk populer oleh Badan yang berhak; atau
- i. Angka yang menempel pada Merk yang didapat sebab nama baik serta agunan mutu benda serta atau ataupun pelayanan yang dilindungi oleh Merk itu.

B. Perumusan Masalah

Sesuai dari penjelasan latar belakang diatas maka rumusan masalah penelitian ialah:

1. Bagaimana Analisis Tanggung Jawab Direktorat Jenderal Haki Terhadap Kasus Pendomplengan Nama / *Passing Off* Terhadap Merek Terkenal "M&G" Ditinjau Dari UU No. 20 Thn 2016 Perihal Merk & Indikasi Geografis (permasalahan kebijakan No 526 k/Pdt.Sus-HKI/2020)?
2. Apa saja kerugian yang ditimbulkan bagi perusahaan asal Tiongkok sebagai pemegang hak eksklusif atas merek terkenal "M&G" ini?

C. Metode Penelitian

Adapula metode yang dipergunakan pada penyusunan hukum ini ialah seperti:

1. Jenis Penelitian

Jenis metode penelitian yang dipergunakan merupakan penelitian hukum normatif yang mengutip rumus dari hukum selaku sistem norma yang dipakai buat membagikan keadilan mengenai sesuatu insiden hukum. Dalam riset hukum normatif, menghasilkan sistem norma selaku pusat kajiannya.

2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian ini adalah preskriptif, yang di maksudkan dengan memberikan argumentasi atas hasil penelitian yang telah dilakukan. Sifat preskriptif dalam ilmu hukum yaitu mempelajari tujuan hukum, nilai-nilai

keadilan, validitas aturan hukum, konsep-konsep hukum, dan norma hukum.

3. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Bahan Hukum Primer

Materi hukum pokok ialah yang didapat dari pangkal aslinya yang berbentuk hukum yang mempunyai daulat besar yang bertabiat mengikat buat penajaan kehidupan bermasyarakat.⁹ Pada riset ini, penulis menggunakan sumber hukum sebagai berikut:

- 1) UUD RI Thn 1945;
- 2) UU No. 20 Thn 2016 perihal merk & Indikasi Geografis;
- 3) Kebijakan KEMENKUMHAM No. 67 Thn 2016.
- 4) Putusan Pengadilan Negeri Niaga Jakpus No. 43/Pdt.Sus-Merek/2019/PN.Niaga.Jkt.Pst.
- 5) Putusan MA No 526 K/Pdt.Sus.HKI/2020.

Bahan Hukum Sekunder

Materi hukum inferior ialah materi hukum yang memberikan penjelasan kepada materi hukum pokok beserta didapat dengan cara tidak langsung dari sumbernya ataupun dengan tutur lain, digabungkan oleh pihak lainnya.¹⁰ Pada riset yang dimaksudkan, materi hukum inferior mencakup sejumlah buku objektif di aspek hukum, harian hukum serta postingan hukum.

Bahan Non-hukum

Bahan non-hukum yakni bahan hukum yang memberikan petunjuk ataupun uraian arti kepada materi hukum pokok serta inferior, misalnya Kamus Besar Bahasa Indonesia, kamus hukum, kamus Bahasa Inggris-Indonesia, kamus Indonesia- Inggris, serta Ensiklopedia. Ada pula

⁹ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Cetakan ke-6 (Jakarta: Kencana, 2010). Hal. 142

¹⁰ *Ibid*, hal. 36

Metode pengumpulan informasi yang dipakai dalam penelitian kali ini merupakan riset akta(riset daftar pustaka) ialah penelitian yang dicoba kepada sejumlah dokumen sah, sejumlah buku, hasil penelitian atau teori-teori para ahli yang berjudul yang relevan dengan objek penelitian sehingga mendapatkan data yang resmi dan formal hal permasalahan yang diawasi.

4. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang dipergunakan pada penulisan hukum merujuk Peter Mahmud Marzuki ialah selaku: Pendekatan hukum (*statute approach*), Pendekatan permasalahan (*case approach*), Pendekatan historis (*historical approach*), Pendekatan analogi (*comparative approach*), Pendekatan abstrak (*conceptual approach*)¹¹ Pendekatan riset yang dipakai oleh pengarang yakni pendekatan Hukum (*statute approach*) serta pendekatan permasalahan (*case approach*). Pendekatan hukum penelitian ini merujuk siapa yang memasukkan terlebih dulu (*first to file*) berdasarkan UU Merek dan Indikasi Geografis yang digunakan oleh hakim dalam kasus hak kekayaan intelektual. Pendekatan kasus dilakukan dengan cara melakukan telaah terhadap kasus-kasus yang berkaitan dengan isu yang dihadapi menjadi putusan pengadilan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap.¹² Pendekatan yang memahami alasan hukum yang digunakan oleh hakim dalam Putusan MA No. 526 K/Pdt.Sus.HKI/2020. Diperlukannya fakta materiil karena baik dari pihak hakim ataupun dari para pihak mencari ketentuan hukum yang pas buat diaplikasikan pada kenyataan itu.

5. Teknik Analisis Data

Metode analisa informasi yang dipakai merupakan akal sehat deduktif. Akal sehat deduktif ataupun pengelolaan materi hukum dengan cara deduktif

¹¹ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), hal. 93

¹² *Ibid*, hal. 24

merupakan menerangkan sesuatu perihal yang bertabiat biasa serta setelah itu menariknya jadi kesimpulan yang lebih spesial atau khusus. Analisa yang dicoba dengan melaksanakan ditelaah permasalahan yang berhubungan dengan rumor yang dialami yang sudah jadi ketetapan majelis hukum yang memiliki kekuatan hukum senantiasa ialah Tetapan Dewan Agung No 526 K atau Pdt. Sus- HKI atau 2020. Riset ini menganalisa estimasi Juri dalam Tetapan Dewan Agung No 526 K atau Pdt. Sus- HKI atau 2020, kemudian ditarik kesimpulan berbentuk proteksi hukum untuk pemegang hak khusus merek populer "M&G" yang dijiplak serta dikerjakannya pendomplengan julukan oleh Madia Dharma dalam determinasi Hukum No 20 Tahun 2016 Mengenai Merk serta Gejala Geografis.

II. PEMBAHASAN

HAKI adalah hak yang diperoleh dari hasil olah pikir orang buat bisa menciptakan sesuatu produk, pelayanan ataupun cara yang bermanfaat buat warga. Bisa disimpulkan kalau HAKI ialah hak buat menikmati dengan cara murah hasil dari sesuatu daya cipta intelektual. Cara untuk melindungi HKI dengan menggunakan instrumen-instrumen hukum yang ada, salah satunya adalah Merek. Beberapa alasan mengapa harus dilindungi, Pertama, dengan terdapatnya proteksi hukum untuk merek, hingga perorangan ataupun tubuh upaya yang menciptakan karya- karya intelektual berbentuk logo merk hendak lalu dipecut buat senantiasa melaksanakan daya cipta intelektual yang hendak tingkatkan "self actualization" pada mereka yang menghasilkan karya- karya intelektual itu, Kedua, mencegah mereka yang melahirkan karya- karya intelektual buat memperoleh profit badaniah sejumlah karya itu, serta yang Ketiga, buat mencegah mereka dari terdapatnya aplikasi peniruan, pemalsuan, plagiarisme ataupun aksi tidak jujur yang lain yang dicoba oleh orang lain atas karya- karya mereka yang mempunyai hak kepada merek.

Di Indonesia, lembaga yang bertanggung jawab untuk memastikan bahwa merek tersebut dapat diterima dan disahkan mereknya adalah Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (dalam hal ini disingkat menjadi Dirjen HKI). Dirjen HKI sebagai pihak yang menerbitkan Sertifikat Hak Atas Merek di Indonesia.

Tanggungjawab merupakan peranan menanggung seluruh suatu apabila terjalin apa-apa bisa di tuntutan, di persalahkan, serta di perkarakan. Dalam penyelenggaraannya, tanggungjawab menempel pada kedudukan yang sudah dilekati dengan wewenang, dalam perspektif hukum khalayak, terdapatnya wewenang yang menimbulkan pertanggung jawaban. Pada hal ini, tanggungjawab yang dicoba oleh Dirjen HKI ialah hanya mematuhi Keputusan Pengadilan, dalam hal ini tertuang di dalam Pasal 70 ayat (3), Pasal 71 bagian (1), (2), & (3) UU No. 20 Tahun 2016 perihal Merk & Indikasi Geografis. Dirjen HAKI melaksanakan pembatalan pendaftaran merek yang bersangkutan dari Daftar Umum Merek. Tetapi Dirjen HKI tidak sepenuhnya bertanggung jawab terhadap masalah-masalah merek yang terjadi di Indonesia, harus ada peran aktif dari masyarakat Indonesia agar aktif dalam melihat pengumuman merek yang sudah didaftarkan di dalam Pengumuman Merek yang dilakukan oleh Dirjen HKI.

Kejelasan merupakan Mengenai (kondisi) yang tentu, determinasi ataupun ketetapan. Hukum dengan cara arafiah wajib tentu serta seimbang. Prinsip lagak serta seimbang sebab lagak wajib mendukung sesuatu aturan yang ditaksir alami. Bertabiat seimbang serta bisa dilaksanakan dengan kejelasan hukum bisa melaksanakan gunanya. Kejelasan hukum ialah pertanyaan yang cuma busa dijawab dengan cara normatif, bukan dengan cara ilmu masyarakat. Hukum yang bermuatan peraturan- peraturan yang bertabiat biasa jadi sesuatu prinsip untuk orang berkelakuan laris dalam aktivitas bermasyarakat, bagus dalam berkaitan dengan sesama orang ataupun berkaitan dengan warga. Sejumlah aturan jadi batas untuk warga dalam memberati ataupun melaksanakan aksi pada sesuatu orang. Dengan terdapatnya ketentuan serta penerapan ketentuan yang jelas maka dapat menimbulkan kepastian hukum.

Kepastian hukum yang dilakukan yang dilakukan oleh Dirjen HKI wajib sama dengan kebijakan yang ada di UU No. 20 Thn 2016 perihal merk & Indikasi Geografis, yang dimana pendaftaran merek yang tak beritikad baik tidak dapat di daftar juga ditolak permohonan merek tersebut, hal ini tertuang di Pasal 21 UU merk dan Indikasi Geografis. Pertemuan pada pokoknya merupakan kesamaan yang diakibatkan oleh terdapatnya faktor berkuasa antara Merk yang satu dengan Merk yang yang lain, alhasil memunculkan kesan adanya pertemuan, bagus hal wujud, metode penempatan ataupun campuran antara faktor, ataupun pertemuan suara perkataan, yang ada dalam Merk itu.¹³ di kehidupan sehari-hari banyak merek yang dijiplak dan melakukan pendomplengan nama / *Passing Off* terhadap merek yang terkenal.

Pendomplengan Nama / *Passing Off* adalah sebuah pranata hukum yang dihasilkan oleh *case law*, bukan peraturan perundangan-undangan, menurut *case law*, *passing off* hanya dapat dituntut oleh pemegang merek, bukan publik. Dalam hal *Passing Off* ini, sudah sering terjadi karena untuk mendapatkan keuntungan dan orang itu tidak mau mengeluarkan uang untuk melakukan promosi terhadap barangnya, ketika orang tersebut melakukan promosi terhadap barang tersebut akan memakan anggaran sebesar 70% dari ongkos produksi dari barang tersebut. Pada dasarnya, mereka tidak mau melakukan promosi cuman hanya melakukan Pendomplengan Nama / *Passing Off* ini untuk melakukan promosi secara cuma-cuma.

Walaupun di Indonesia sudah terdapat Undang-Undang Anti Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, prinsip-prinsip dan arti kerugian yang berkaitan dengan suatu perbuatan melawan hukum yang merugikan pihak lain sebagian besar berasal dari Undang-Undang mengenai perbuatan melawan hukum.

Seiring berjalannya waktu, istilah "*Unfair Competition*" dalam hukum perdagangan telah berkembang mencakup pelanggaran suatu merek dagang atau jasa, *passing off*,

¹³ Dr. Cita Citrawinda Noehardi, S.H., MIP, *Perlindungan Merek Terkenal*, Yayasan Pustaka Obor Indonesia, Jakarta, 2020, Hlm. 36

false representations, false advertising, dilution of goodwill pada merek, *derogatory comparative advertising, theft on trade secrets*, dan sebagainya. Pada *TRIPs Agreement* tidak terdapat penjelasan mengenai *passing off* sebagaimana terdapat pada *Paris Convention* Pasal 10 bis yang memuat ketentuan bahwa negara peserta Uni Paris terikat untuk memberikan perlindungan yang efektif agar tidak terjadi persaingan tidak jujur.

Persamaan pada pokoknya maupun persamaan pada keseluruhannya dengan suatu merek dengan suatu Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dalam prakteknya dapat mengecahkan dan/atau membingungkan konsumen pada saat membeli barang atau jasa. Oleh karena itu Merek-merek terkenal berpotensi dilanggar karena pihak pelanggar ingin memperoleh keuntungan dengan jalan pintas yaitu mendompleng keterkenalan suatu merek milik pihak lain.¹⁴

Merek merupakan bagian dari cabang HKI. Di era modern, pengaruh dari komunikasi yang sangat terbuka dan pemasaran yang sangatlah umum bagi pemilik dari Merek untuk mengembangkan reputasi dan bahkan sebelum barang-barang dengan suatu Merek dijual secara luas melewati lintas batas suatu negara.

Terdapat upaya-upaya yang besar untuk mengharmonisasikan perlindungan Merek-merek terkenal dan menetapkan standar-standar internasional bagi perlindungan minimum yang diatur dengan perjanjian-perjanjian internasional, traktat-traktat dan konvensi internasional di bidang Merek serta hukum yang melampaui batas-batas negara, terutama Konvensi Paris, *Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPs Agreement), Including Trade in Counterfeit Goods* (Persetujuan mengenai Aspek-Aspek dagang yang terkait dengan Hak Kekayaan Intelektual dan *European Union Directive (Uni Eropa Directive)*).

¹⁴ Dr. Cita Citrawinda Noehardi, S.H., MIP, *Perlindungan Merek Terkenal*, Yayasan Pustaka Obor Indonesia, Jakarta, 2020, Hlm. 41

Konvensi Paris mengatur 3 (tiga) prinsip penting, yaitu *national treatment*, *priority rights*, dan *registration*. Prinsip *national treatment* artinya, bahwa setiap warga Negara Peserta Paris dapat mengklaim Negara Peserta lainnya agar setiap warga negara diperlakukan secara sama sebagaimana warga negaranya sendiri dalam hal pemberian Perlindungan Merek. Perlindungan bagi Merek asing yang masuk ke dalam wilayah Indonesia dengan perlakuan yang sama diatur dalam Pasal 3 Konvensi Paris, bahwa “*Nationals of countries outside the union who are domiciled pr who have real and effective industrial or commercial establishments in the territory of one of the countries of the union shall be treated in the same manner as nationals of the countries of the union.*” sementara prinsip *priority rights* atau hak prioritas adalah hak pemohon untuk mengajukan permohonan yang berasal dari Negara yang tergabung dalam *Paris Convention for the Protection of Industrial Property* atau *Agreement Establishing the World Trade Organization* untuk memperoleh pengakuan bahwa tanggal penerimaan di negara asal merupakan tanggal prioritas di negara tujuan yang juga anggota salah satu dari kedua perjanjian itu, selama pengajuan tersebut dilakukan dalam kurun waktu yang telah ditentukan berdasarkan *Paris Convention for the Protection of Industrial Property*. Prinsip *registration* adalah harmonisasi secara global sehubungan dengan pendaftaran Merek bagi setiap peserta Konvensi Paris.¹⁵

Pendomplengan Nama / *Passing Off* adalah sebuah pranata hukum yang dihasilkan oleh *case law*, bukan peraturan perundangan-undangan, menurut *case law*, *passing off* hanya dapat dituntut oleh pemegang merek, bukan publik.

Pengertian mendasar tentang perlindungan Merek telah diwujudkan dalam Konvensi Paris dan *World Trade Organization* (Organisasi Perdagangan Dunia) yang mengatur perjanjian multilateral, yaitu Persetujuan TRIPs.

I. PENUTUP

¹⁵ Samantha D. Slotkin, *Trademark Piracy in Latin America: A Case Study on Reebok International Ltd.* (*Loyola of Los Angeles International an Comparative Law Journal*, Vol. 18, 1996), hlm. 683

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Penulis, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

Faktor-faktor penyebab seseorang/pengusaha melakukan tindakan pendomplengan nama / *passing off* sebagai berikut:

- a. Dilakukan oleh pengusaha atau pedagang sebagai bagian dari suatu perdagangan.
- b. Dilakukan terhadap barang atau usaha yang telah memiliki reputasi sangat baik
- c. Adanya unsur tindak pidana penipuan dengan barang dan/atau jasa usahanya sehingga masyarakat umum bisa keliru karenanya
- d. Mengakibatkan kerugian terhadap pihak yang memiliki reputasi yang sangat baik.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka saran yang dapat diberikan oleh Penulis ialah sebagai berikut:

1. Hakim dalam menjatuhkan Putusan terhadap pelaku sebagai Tergugat yang melakukan pendomplengan nama / *passing off* tidak hanya menjatuhkan Putusan bahwa Penggugat sebagai pencipta, pendaftar, dan pemilik pertama dari merek "M&G" di Indonesia dan di dunia, mempunyai hak tunggal/khusus atas merek terkenal "M&G" milik Penggugat di Indonesia, tetapi harus memberikan keputusan berupa uang kerugian yang dihasilkan dari hasil pendomplengan nama / *passing off*. Kerugian yang ditimbulkan tersebut seharusnya diberikan kepada pihak Penggugat agar bisa menutupi pemasukan yang dihasilkan oleh pihak Penggugat.

2. Hakim harus bisa memberikan sanksi pidana berupa penipuan terhadap barang, agar para pihak yang ingin melakukan pendomplengan nama / *passing off* ini bisa jera apabila melakukannya.
3. Harus melakukan tindakan yang tegas terhadap seseorang yang tidak memiliki iktikad baik dalam mendaftarkan mereknya ke Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual.

II. DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Tim Lindsey & Eddy Damian, dkk, *Hak Kekayaan Intelektual. Suatu Pengantar*, (Bandung: PT. Alumni, 2002)
- Dianggoro, Wiranto, *Pembaharuan Undang-undang Merek dan Dampaknya Bagi Dunia Bisnis*, (Jakarta: Yayasan Perkembangan Hukum Bisnis, 1997)
- OK. Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006.)
- Marzuki, Peter Mahmud. *Penelitian Hukum*, Cetakan ke-13, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2017).
- Marzuki, Peter Mahmud. *Penelitian Hukum*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011)
- Marzuki, Peter Mahmud. *Penelitian Hukum*, Cetakan ke-6 (Jakarta: Kencana, 2010).
- Kansil, C.S.T. *Hak Milik Intelektual (Hak milik Perindustrian dan Hak Cipta)*, Cetakan ke-1, (Jakarta: PT. Sinar Grafika, 1997)
- Yahya Harahap, *Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek Indonesia Berdasarkan UU No. 19 Tahun 1992*, (Jakarta: Citra Aditya Bakti)
- Miru, Ahmad, *Hukum Merek Cara Mudah Mempelajari Undang – Undang Merek*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005)
- Ni Ketut Supasti Dharmawan dkk, *Buku Ajar Hak Kekayaan Intelektual*, (Yogyakarta: Deepublish, 2016)

Haryani, Iswi, *Prosedur Mengurus HAKI yang Benar*, (Yogyakarta: Pustaka Yustisia, 2010)

Haris Munandar dan Sally Sitanggang, *Mengenai HAKI, hak cipta, paten, merek, dan seluk-beluknya*, (Jakarta: Erlangga, 2008)

Dr. Cita Citrawinda Noerhadi, S.H., MIP, *Perlindungan Merek Terkenal dan Konsep Dilusi Merek dari Perspektif Global*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2020)

Rato, Dominikus, *Filsafat Hukum Mencari: Memahami dan Memahami Hukum*, (Yogyakarta: Laksbang Pressindo, 2010)

Ni Ketut Supasti Dharmawan, dkk, *Buku Ajar Hak Kekayaan Intelektual (HKI)*, (Yogyakarta: Deepublish, 2010)

B. Peraturan Perundang-Undangan

Indonesia, *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 252, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5953)*.

Indonesia, Peraturan Menteri Hukum dan HAM Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek

C. Jurnal

Sulastrri, Sationo, Yuliana Yuli W, "Perlindungan Hukum Terhadap Merek "Tinjauan Terhadap Merek Dagang Tupperware Versus Tulipware" Vol. 5 No. 1 (Jakarta: Jurnal Yuridis. Universitas Pembangunan Nasional "Veteran", 1 Juni 2018)

Eka Krisna Sanjaya, Putu, Dewa Gde Rudy, "Perlindungan Hukum Terhadap Hak Merek Terkenal di Indonesia" Vol. 6 No. 11 (Bali: Jurnal Yuridis. Universitas Udayana, 08 Agustus 2018)

R. Tony Prayogo, "Penerapan Asas Kepastian Hukum Dalam Peraturan Mahkamah Agung Nomor 1 Tahun 2011 Tentang Hak Uji Materiil Dan Dalam Peraturan Mahkamah Konstitusi Nomor 06/Pmk/2005 Tentang

Pedoman Beracara Dalam Pengujian Undang-Undang", Vol. 13, No. 2
(Semarang: Jurnal Legislasi Indonesia, 2016)

Ayu Ratna Sari, Mieke Yustia, "*Passing Off Dalam Pendaftaran Merek Kajian
Putusan Mahkamah Agung Nomor: 224K/Pdt.Sus-HKI/2014*" Vol. 7, No.
3 (Lampung: Jurnal: Libertas, Justitia, Veritas, 2014)

D. Internet

Anonim, "Perbedaan Merek, Paten, dan Desain Industri",
[https://www.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/lt5572c59cc1e83/perb
edaan-merek--paten--dan-desain-industri/](https://www.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/lt5572c59cc1e83/perbedaan-merek--paten--dan-desain-industri/) 17 Februari 2017, diakses pada
tanggal 8 Januari 2021.

Direktorat Jenderal HAKI, [https://en.dgip.go.id/sejarah-perkembangan-
perlindungan-kekayaan-intelektual-ki](https://en.dgip.go.id/sejarah-perkembangan-perlindungan-kekayaan-intelektual-ki) diakses pada tanggal 03 April 2021