



## ANALISIS HAK MEREK TERHADAP PENDAFTARAN BRAND LOKAL YANG MENYERUPAI MEREK ASING TERKENAL PADA PRODUK SEJENIS DI INDONESIA

M.fathul Ilmi<sup>1</sup>, Irhamna<sup>2</sup>, Hildatul Hidayah<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, Indonesia

Email: [ilmixrrlmm@gmail.com](mailto:ilmixrrlmm@gmail.com), [safariirhamna@gmail.com](mailto:safariirhamna@gmail.com), [hildasamm@gmail.com](mailto:hildasamm@gmail.com)

Received 12-10-2025 | Revised form 15-11-2025 | Accepted 26-12-2025

### Abstract

A trademark is a form of intellectual property that plays an important role in commercial activities, as it serves to distinguish goods or services produced by business actors. In practice in Indonesia, it is still common to find local trademarks that resemble well-known foreign trademarks on similar products, whether in terms of name, logo, or other visual elements. This phenomenon raises legal issues concerning trademark protection, particularly regarding the principles of good faith, similarity on the essential points, and protection of well-known trademarks. This study aims to analyze the legal protection of trademarks against the registration of local brands that resemble well-known foreign trademarks on similar products in Indonesia, as well as the legal implications. The research method used is normative legal research with statutory and conceptual approaches. Legal materials employed include relevant laws and regulations on trademarks, legal doctrines, and applicable court decisions. The results indicate that the registration of trademarks resembling well-known foreign trademarks on similar products has the potential to violate the provisions of Law Number 20 of 2016 on Trademarks and Geographical Indications, particularly the prohibition against registering trademarks that are similar on the essential points to well-known trademarks. Therefore, consistent law enforcement and increased caution in the trademark examination process are required to provide legal certainty and protect the interests of legitimate trademark owners.

**Keywords:** legal research, notary, legal protection, land sale, authentic deed.

### Abstrak

Merek merupakan salah satu bentuk kekayaan intelektual yang memiliki peran penting dalam kegiatan perdagangan, karena berfungsi sebagai pembeda barang atau jasa yang diproduksi oleh pelaku usaha. Dalam praktik di Indonesia, masih sering ditemukan pendaftaran merek lokal yang menyerupai merek asing terkenal pada produk sejenis, baik dari segi nama, logo, maupun unsur visual lainnya. Fenomena ini menimbulkan permasalahan hukum terkait perlindungan hak merek, khususnya mengenai prinsip itikad baik, persamaan pada pokoknya, serta perlindungan terhadap merek terkenal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perlindungan hukum hak merek terhadap pendaftaran brand lokal yang menyerupai merek asing terkenal pada produk sejenis di Indonesia serta implikasi hukumnya. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual. Bahan hukum yang digunakan meliputi peraturan perundang-undangan terkait merek, doktrin hukum, serta putusan pengadilan yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendaftaran merek yang menyerupai merek asing terkenal pada produk sejenis berpotensi melanggar ketentuan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, khususnya terkait larangan pendaftaran merek yang memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek terkenal. Oleh karena itu, diperlukan penegakan hukum yang konsisten serta peningkatan kehati-hatian dalam proses pemeriksaan merek guna memberikan kepastian hukum dan melindungi kepentingan pemilik merek yang sah.

**Kata Kunci:** Hak Merek, Merek Terkenal, Pendaftaran Merek, Brand Lokal, Perlindungan Hukum.

*This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.*



---

## PENDAHULUAN

Merek merupakan salah satu bentuk kekayaan intelektual yang memiliki peranan strategis dalam kegiatan perdagangan dan persaingan usaha. Keberadaan merek tidak hanya berfungsi sebagai tanda pembeda suatu barang atau jasa, tetapi juga mencerminkan reputasi, kualitas, serta nilai ekonomi yang melekat pada produk tersebut. Dalam praktik bisnis modern, merek bahkan sering kali menjadi aset utama perusahaan yang nilainya dapat melebihi aset fisik lainnya.<sup>1</sup> Oleh karena itu, perlindungan hukum terhadap merek menjadi sangat penting guna menjamin kepastian hukum dan menciptakan iklim usaha yang sehat. Di Indonesia, perlindungan hak merek diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Undang-undang ini menegaskan bahwa hak atas merek diperoleh setelah merek tersebut didaftarkan, serta memberikan perlindungan terhadap merek terdaftar dari penggunaan tanpa hak oleh pihak lain. Namun, dalam praktiknya, masih sering ditemukan pendaftaran merek lokal yang menyerupai merek asing terkenal, khususnya pada produk sejenis. Penyerupaan tersebut dapat terjadi baik dari segi penulisan nama, pengucapan, logo, warna, maupun keseluruhan tampilan visual yang menimbulkan kesan adanya keterkaitan dengan merek terkenal yang telah lebih dahulu dikenal masyarakat luas. Fenomena pendaftaran merek yang menyerupai merek asing terkenal menimbulkan berbagai permasalahan hukum yang kompleks. Di satu sisi, pendaftaran merek merupakan hak setiap pelaku usaha sebagai bentuk perlindungan terhadap identitas produknya. Namun di sisi lain, penyerupaan merek berpotensi menyesatkan konsumen, merugikan pemilik merek terkenal, serta menciptakan persaingan usaha yang tidak sehat. Praktik semacam ini sering dikaitkan dengan adanya itikad tidak baik dalam proses pendaftaran merek.<sup>2</sup>

Konsep itikad baik merupakan prinsip fundamental dalam hukum merek. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 secara tegas melarang pendaftaran merek yang diajukan dengan itikad tidak baik, khususnya apabila merek tersebut memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek terkenal milik pihak lain. itikad tidak baik dapat diidentifikasi dari adanya niat untuk meniru, membonceng reputasi, atau mengambil keuntungan dari ketenaran merek lain yang telah lebih dahulu dikenal oleh masyarakat. Dalam konteks ini, pendaftaran merek lokal yang menyerupai merek asing terkenal sering kali dianggap sebagai bentuk eksploitasi reputasi yang tidak sah. Permasalahan menjadi

---

<sup>1</sup> Suhan, A. (2021). *Perlindungan Hukum terhadap Merek Terkenal dalam Sistem Hukum Merek Indonesia*. *Jurnal Hukum Lus Quia Iustum*, 28(2), 245–262.

<sup>2</sup> Rahman, F. (2020). *Persamaan pada Pokoknya sebagai Dasar Penolakan Pendaftaran Merek*. *Jurnal Konstitusi*, 17(3), 511–529.

semakin kompleks ketika merek asing terkenal tersebut belum terdaftar di Indonesia, tetapi telah dikenal luas oleh masyarakat. Perlindungan terhadap merek terkenal pada dasarnya tidak hanya bergantung pada pendaftaran, melainkan juga pada tingkat ketenaran merek tersebut. Prinsip ini sejalan dengan ketentuan internasional, seperti Konvensi Paris dan Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPs), yang mengakui perlindungan terhadap merek terkenal meskipun belum didaftarkan secara nasional.

Dalam praktik penegakan hukum di Indonesia, masih terdapat perbedaan penafsiran terkait kriteria merek terkenal dan persamaan pada pokoknya. Hal ini terlihat dari berbagai putusan pengadilan yang menunjukkan adanya inkonsistensi dalam menilai apakah suatu merek lokal dapat dikategorikan menyerupai merek asing terkenal. Kondisi tersebut berpotensi menimbulkan ketidakpastian hukum bagi pemilik merek maupun pelaku usaha lokal. Ketidakpastian hukum ini juga dapat berdampak negatif terhadap iklim investasi dan kepercayaan pelaku usaha asing di Indonesia. Selain itu, maraknya pendaftaran merek yang menyerupai merek asing terkenal juga menunjukkan masih rendahnya kesadaran hukum sebagian pelaku usaha mengenai pentingnya orisinalitas dan etika dalam berbisnis. Banyak pelaku usaha yang beranggapan bahwa penyerupaan merek merupakan strategi pemasaran yang efektif untuk menarik perhatian konsumen, tanpa mempertimbangkan aspek hukum dan dampak jangka panjangnya. Padahal, praktik tersebut justru berisiko menimbulkan sengketa hukum yang merugikan kedua belah pihak.<sup>3</sup>

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dilihat bahwa permasalahan pendaftaran merek lokal yang menyerupai merek asing terkenal merupakan isu hukum yang penting untuk dikaji secara mendalam. Analisis terhadap perlindungan hak merek dalam konteks ini tidak hanya diperlukan untuk memberikan kepastian hukum, tetapi juga untuk mendorong terciptanya persaingan usaha yang sehat dan berkeadilan. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada analisis hak merek terhadap pendaftaran brand lokal yang menyerupai merek asing terkenal pada produk sejenis di Indonesia, dengan menelaah ketentuan hukum yang berlaku serta prinsip-prinsip hukum merek yang relevan. Melalui kajian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai batasan hukum dalam pendaftaran merek, perlindungan terhadap merek terkenal, serta peran negara dalam menegakkan hukum merek secara konsisten. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu hukum kekayaan intelektual serta menjadi rujukan bagi pelaku usaha dan pembuat kebijakan dalam menciptakan sistem perlindungan merek yang adil dan berkelanjutan.

---

<sup>3</sup> Putri, R. A. (2019). Itikad Tidak Baik dalam Pendaftaran Merek menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016. *Jurnal RechtsVinding*, 8(2), 201–218.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif, yaitu penelitian yang berfokus pada pengkajian norma-norma hukum yang tertulis dalam peraturan perundang-undangan, putusan pengadilan, serta doktrin atau pendapat para ahli hukum. Penelitian hukum normatif dipilih karena objek kajian dalam penelitian ini berkaitan dengan analisis pengaturan hukum merek dan penerapannya terhadap pendaftaran merek lokal yang menyerupai merek asing terkenal pada produk sejenis di Indonesia.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini meliputi pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Pendekatan perundang-undangan dilakukan dengan mengkaji berbagai ketentuan hukum yang mengatur tentang merek, khususnya Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, serta peraturan pelaksana lainnya yang relevan. Pendekatan ini bertujuan untuk mengetahui secara sistematis pengaturan mengenai pendaftaran merek, perlindungan merek terkenal, larangan persamaan pada pokoknya, serta prinsip itikad baik dalam hukum merek.

Sementara itu, pendekatan konseptual digunakan untuk menganalisis konsep dan prinsip dasar dalam hukum merek, seperti konsep merek terkenal, persamaan pada pokoknya, itikad tidak baik, serta perlindungan hukum terhadap hak merek. Pendekatan ini dilakukan dengan menelaah pandangan para ahli hukum kekayaan intelektual yang diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, dan karya tulis akademik lainnya. Dengan pendekatan konseptual, penelitian ini berupaya membangun kerangka analisis yang komprehensif untuk menilai kesesuaian antara norma hukum dan praktik pendaftaran merek di Indonesia.<sup>4</sup>

Jenis dan sumber bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier. Bahan hukum primer meliputi peraturan perundang-undangan yang berkaitan langsung dengan merek, seperti Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, serta putusan pengadilan yang relevan dengan sengketa merek, khususnya yang berkaitan dengan merek terkenal. Bahan hukum sekunder berupa buku teks hukum, jurnal ilmiah, artikel hukum, dan hasil penelitian terdahulu yang membahas mengenai hukum merek dan perlindungan merek terkenal. Adapun bahan hukum tersier meliputi kamus hukum dan ensiklopedia hukum yang digunakan untuk memperjelas istilah dan konsep hukum tertentu.

---

<sup>4</sup> Wibowo, A. (2022). *Perlindungan Merek Terkenal Asing di Indonesia dalam Perspektif Hukum Internasional*. *Jurnal Hukum Internasional*, 19(1), 87–105.

Teknik pengumpulan bahan hukum dilakukan melalui studi kepustakaan (library research), yaitu dengan mengumpulkan dan menelaah berbagai literatur hukum yang relevan dengan topik penelitian. Studi kepustakaan ini dilakukan secara sistematis untuk memperoleh data yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Analisis bahan hukum dalam penelitian ini dilakukan secara kualitatif dengan metode deskriptif-analitis. Bahan hukum yang telah dikumpulkan dianalisis dengan cara menguraikan ketentuan hukum yang berlaku, kemudian dikaitkan dengan konsep dan teori hukum merek untuk menjawab permasalahan penelitian. Analisis ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai perlindungan hak merek terhadap pendaftaran brand lokal yang menyerupai merek asing terkenal, serta implikasi hukumnya dalam sistem hukum Indonesia. Melalui metode penelitian ini, diharapkan penelitian dapat menghasilkan kesimpulan yang objektif dan argumentatif mengenai penerapan hukum merek di Indonesia, sekaligus memberikan rekomendasi normatif bagi peningkatan perlindungan hukum terhadap merek terkenal dan penciptaan persaingan usaha yang sehat.

## **PEMBAHASAN**

### **A. Konsep Perlindungan Hak Merek dalam Sistem Hukum Indonesia**

Hak merek merupakan bagian dari rezim kekayaan intelektual yang memberikan hak eksklusif kepada pemilik merek terdaftar untuk menggunakan merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya. Perlindungan hak merek bertujuan untuk memberikan kepastian hukum, melindungi kepentingan pemilik merek, serta mencegah terjadinya persaingan usaha tidak sehat. Dalam sistem hukum Indonesia, perlindungan merek didasarkan pada prinsip *first to file*, yaitu hak atas merek diberikan kepada pihak yang pertama kali mendaftarkan mereknya secara sah.<sup>5</sup>

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menegaskan bahwa merek berfungsi sebagai tanda pembeda barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh seseorang atau badan hukum. Fungsi pembeda ini menjadi inti dari perlindungan merek, karena konsumen menggunakan merek sebagai alat identifikasi terhadap asal, kualitas, dan reputasi suatu produk. Apabila fungsi pembeda ini terganggu akibat adanya merek lain yang menyerupai, maka tujuan utama perlindungan merek menjadi tidak tercapai.

---

<sup>5</sup> Lestari, D. P. (2020). Peniruan Merek sebagai Bentuk Persaingan Usaha Tidak Sehat. *Jurnal Persaingan Usaha*, 6(1), 45–60.

Perlindungan hak merek tidak hanya bersifat represif melalui penyelesaian sengketa, tetapi juga bersifat preventif melalui mekanisme pendaftaran dan pemeriksaan merek. Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) memiliki peran penting dalam melakukan pemeriksaan administratif dan substantif terhadap permohonan pendaftaran merek. Pemeriksaan ini bertujuan untuk menilai apakah suatu merek memenuhi persyaratan hukum, termasuk tidak memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek lain yang telah terdaftar atau dengan merek terkenal.

Dalam konteks ini, perlindungan hak merek menjadi sangat relevan ketika dihadapkan pada fenomena pendaftaran merek lokal yang menyerupai merek asing terkenal. Penyerupaan tersebut berpotensi menimbulkan kebingungan di masyarakat serta merugikan pemilik merek terkenal yang telah membangun reputasi dan goodwill dalam jangka waktu lama. Oleh karena itu, sistem hukum merek di Indonesia harus mampu memberikan perlindungan yang efektif terhadap praktik-praktik tersebut.<sup>6</sup>

## **B. Konsep Merek Terkenal dan Prinsip Persamaan pada Pokoknya**

Merek terkenal merupakan merek yang telah dikenal luas oleh masyarakat, baik di tingkat nasional maupun internasional, sebagai akibat dari promosi yang intensif, penggunaan yang berkelanjutan, serta kualitas produk atau jasa yang ditawarkan. Dalam hukum merek, merek terkenal memperoleh perlindungan yang lebih luas dibandingkan merek biasa, termasuk terhadap barang atau jasa yang sejenis maupun tidak sejenis.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 mengatur bahwa merek tidak dapat didaftarkan apabila memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis. Prinsip persamaan pada pokoknya merujuk pada adanya kemiripan yang dapat menimbulkan kesan adanya hubungan atau keterkaitan antara dua merek tersebut. Kemiripan ini tidak harus identik secara keseluruhan, melainkan cukup apabila terdapat kesamaan unsur dominan yang dapat menyesatkan konsumen.

Dalam praktik, penilaian terhadap persamaan pada pokoknya sering kali menjadi persoalan yang kompleks dan subjektif. Faktor-faktor yang biasanya dipertimbangkan meliputi kesamaan visual, kesamaan bunyi atau pengucapan, kesamaan makna, serta kesan keseluruhan yang ditimbulkan oleh merek tersebut. Apabila konsumen rata-rata dapat tertipu atau mengira bahwa suatu produk berasal dari sumber yang sama atau

---

<sup>6</sup> Sari, N., & Pratama, R. (2019). Analisis Yuridis Sengketa Merek Terkenal di Indonesia. *Jurnal Ilmu Hukum*, 15(2), 134–149.

memiliki hubungan dengan merek terkenal, maka dapat dikatakan bahwa telah terjadi persamaan pada pokoknya.

Konsep merek terkenal juga tidak selalu bergantung pada pendaftaran merek di Indonesia. Perlindungan terhadap merek terkenal dapat diberikan meskipun merek tersebut belum terdaftar, sepanjang dapat dibuktikan tingkat ketenarannya. Prinsip ini sejalan dengan ketentuan internasional yang mengakui perlindungan merek terkenal sebagai bentuk perlindungan terhadap reputasi dan kepentingan ekonomi pemilik merek.

### **C. Pendaftaran Brand Lokal yang Menyerupai Merek Asing Terkenal dan Itikad Tidak Baik**

Pendaftaran brand lokal yang menyerupai merek asing terkenal sering kali dikaitkan dengan adanya itikad tidak baik dalam proses pendaftaran merek. Itikad tidak baik dapat diartikan sebagai niat tidak jujur untuk memperoleh keuntungan dengan cara membonceng ketenaran merek lain yang telah lebih dahulu dikenal oleh masyarakat. Praktik ini bertentangan dengan prinsip keadilan dan persaingan usaha yang sehat.

Dalam banyak kasus, penyerupaan merek dilakukan secara sengaja dengan tujuan untuk menarik perhatian konsumen dan memperoleh keuntungan ekonomi secara instan. Pelaku usaha yang mendaftarkan merek dengan cara menyerupai merek terkenal berharap agar produknya diasosiasikan dengan kualitas dan reputasi merek terkenal tersebut. Akibatnya, konsumen dapat tertipu dan memilih produk tersebut karena mengira memiliki hubungan dengan merek yang telah dikenal luas.<sup>7</sup>

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 secara tegas melarang pendaftaran merek yang diajukan dengan itikad tidak baik. Larangan ini merupakan bentuk perlindungan hukum terhadap pemilik merek yang sah serta upaya untuk menjaga integritas sistem merek nasional. Dalam konteks ini, DJKI dan pengadilan memiliki peran penting dalam menilai ada atau tidaknya itikad tidak baik dalam pendaftaran merek lokal yang menyerupai merek asing terkenal.

Namun demikian, pembuktian itikad tidak baik sering kali menghadapi tantangan. Tidak semua penyerupaan merek dapat langsung dianggap sebagai itikad tidak baik, karena terdapat kemungkinan adanya kesamaan yang tidak disengaja. Oleh karena itu, diperlukan analisis yang cermat terhadap latar belakang pendaftaran, tujuan penggunaan merek, serta tingkat pengetahuan pemohon terhadap keberadaan merek terkenal yang diserupai.

---

<sup>7</sup> Kurniawan, B. (2021). Prinsip First to File dalam Perlindungan Hak Merek di Indonesia. *Jurnal Legislasi Indonesia*, 18(3), 327–342.

#### **D. Implikasi Hukum dan Upaya Penegakan Perlindungan Hak Merek**

Pendaftaran merek lokal yang menyerupai merek asing terkenal memiliki implikasi hukum yang signifikan. Apabila terbukti memiliki persamaan pada pokoknya dan didaftarkan dengan itikad tidak baik, maka merek tersebut dapat dibatalkan melalui mekanisme hukum yang tersedia. Pembatalan merek bertujuan untuk memulihkan hak pemilik merek terkenal serta mencegah kerugian yang lebih besar di kemudian hari.

Selain mekanisme pembatalan, pemilik merek terkenal juga dapat menempuh upaya hukum lain, seperti gugatan ganti rugi dan penghentian penggunaan merek yang melanggar. Upaya ini merupakan bentuk perlindungan represif yang bertujuan untuk memberikan efek jera bagi pelaku pelanggaran merek. Di sisi lain, negara juga memiliki kewajiban untuk memperkuat perlindungan preventif melalui peningkatan kualitas pemeriksaan merek di tahap pendaftaran.

Penegakan hukum yang konsisten dan tegas menjadi kunci utama dalam memberikan kepastian hukum di bidang merek. Ketidakkonsistenan dalam penafsiran dan penerapan hukum dapat menimbulkan ketidakpastian bagi pelaku usaha, baik lokal maupun asing. Oleh karena itu, diperlukan pedoman yang jelas mengenai kriteria merek terkenal dan persamaan pada pokoknya agar penegakan hukum merek dapat berjalan secara adil dan transparan.<sup>8</sup>

Selain itu, peningkatan kesadaran hukum pelaku usaha juga menjadi faktor penting dalam mencegah praktik penyerupaan merek. Edukasi mengenai pentingnya orisinalitas dan etika bisnis perlu terus dilakukan agar pelaku usaha lokal tidak lagi mengandalkan strategi peniruan, melainkan mampu membangun merek yang memiliki identitas dan daya saing sendiri. Dengan demikian, perlindungan hak merek tidak hanya berfungsi sebagai alat penegakan hukum, tetapi juga sebagai sarana untuk mendorong inovasi dan persaingan usaha yang sehat.

#### **E. Perlindungan Konsumen dan Dampak Sosial dari Penyerupaan Merek Asing Terkenal**

Pendaftaran brand lokal yang menyerupai merek asing terkenal tidak hanya berdampak pada pemilik merek yang dirugikan, tetapi juga memiliki implikasi luas terhadap perlindungan konsumen. Merek pada dasarnya berfungsi sebagai alat identifikasi bagi konsumen untuk mengenali asal-usul, kualitas, dan reputasi suatu produk. Apabila terdapat merek yang menyerupai merek terkenal, fungsi identifikasi tersebut menjadi kabur dan berpotensi menyesatkan konsumen.

---

<sup>8</sup> Hidayat, M., & Anwar, S. (2020). Merek Terkenal dan Perlindungan Hukumnya dalam Sistem TRIPs. *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, 50(4), 801–820.

Konsumen yang dihadapkan pada produk dengan merek yang mirip dengan merek terkenal cenderung mengasumsikan bahwa produk tersebut memiliki kualitas, standar, atau hubungan tertentu dengan merek asli. Kondisi ini dikenal sebagai *likelihood of confusion*, yaitu kemungkinan terjadinya kebingungan di kalangan konsumen mengenai sumber suatu produk. kebingungan konsumen merupakan indikator utama terjadinya pelanggaran hak merek, karena secara langsung mengganggu hak konsumen untuk memperoleh informasi yang benar dan jujur.<sup>9</sup>

Dalam perspektif hukum perlindungan konsumen, penyerupaan merek dapat dikategorikan sebagai praktik usaha yang tidak jujur. Konsumen berhak mendapatkan produk yang informasinya jelas dan tidak menyesatkan. Apabila merek lokal sengaja dirancang untuk menyerupai merek asing terkenal, maka tindakan tersebut tidak hanya melanggar hukum merek, tetapi juga melanggar prinsip kejujuran dalam perdagangan. Akibatnya, konsumen dapat mengalami kerugian baik secara ekonomi maupun non-ekonomi.

Selain kerugian langsung terhadap konsumen, praktik penyerupaan merek juga menimbulkan dampak sosial yang lebih luas. Peniruan merek dapat menciptakan budaya bisnis yang tidak sehat, di mana pelaku usaha lebih memilih jalan pintas dengan meniru merek yang telah terkenal daripada membangun identitas merek sendiri. Hal ini berpotensi menghambat inovasi dan kreativitas pelaku usaha lokal, serta memperlemah daya saing industri nasional dalam jangka panjang.

Lebih jauh, maraknya merek tiruan atau menyerupai merek terkenal juga dapat menurunkan kepercayaan masyarakat terhadap sistem perlindungan hukum di Indonesia. Apabila konsumen dan pemilik merek melihat bahwa peniruan merek dapat terjadi tanpa konsekuensi hukum yang tegas, maka kepercayaan terhadap penegakan hukum akan semakin melemah. Oleh karena itu, perlindungan hak merek harus dipahami tidak hanya sebagai kepentingan privat pemilik merek, tetapi juga sebagai instrumen perlindungan kepentingan publik, khususnya konsumen.

Dalam konteks ini, peran negara menjadi sangat penting. Negara tidak hanya berkewajiban melindungi hak pemilik merek, tetapi juga memastikan bahwa konsumen terlindungi dari praktik usaha yang menyesatkan. Sinergi antara hukum merek dan hukum perlindungan konsumen diperlukan agar sistem hukum mampu memberikan perlindungan yang menyeluruh dan berkeadilan bagi semua pihak yang terlibat.

---

<sup>9</sup> Prameswari, A. (2018). Perlindungan Konsumen terhadap Produk Bermerek Menyerupai Merek Terkenal. *Jurnal Perlindungan Konsumen*, 5(2), 95–111.

## **F. Tantangan Penegakan Hukum Merek dan Upaya Penguatan Sistem Perlindungan Merek di Indonesia**

Meskipun Indonesia telah memiliki kerangka hukum yang relatif komprehensif dalam bidang merek, penegakan hukum terhadap pendaftaran brand lokal yang menyerupai merek asing terkenal masih menghadapi berbagai tantangan. Salah satu tantangan utama adalah ketidakkonsistenan dalam penafsiran konsep merek terkenal dan persamaan pada pokoknya. Perbedaan penilaian antara pemeriksa merek, hakim, dan para pihak sering kali menimbulkan ketidakpastian hukum.<sup>10</sup>

Tantangan lainnya terletak pada keterbatasan kapasitas pemeriksaan merek di tahap pendaftaran. Jumlah permohonan pendaftaran merek yang tinggi tidak selalu diimbangi dengan sumber daya manusia dan sistem pendukung yang memadai. Akibatnya, terdapat kemungkinan lolosnya merek-merek yang seharusnya ditolak karena memiliki kemiripan dengan merek terkenal. Kondisi ini menunjukkan bahwa perlindungan preventif masih perlu diperkuat agar sengketa merek dapat dicegah sejak awal.

Selain itu, pembuktian itikad tidak baik dalam sengketa merek juga menjadi tantangan tersendiri. Itikad tidak baik merupakan konsep yang bersifat abstrak dan sering kali sulit dibuktikan secara langsung. Hakim harus menilai berbagai indikator, seperti tingkat kemiripan merek, reputasi merek terkenal, serta latar belakang pendaftaran merek lokal. tanpa pedoman yang jelas dan terstandar, penilaian terhadap itikad tidak baik berpotensi menjadi subjektif dan inkonsisten.

Dalam rangka mengatasi berbagai tantangan tersebut, diperlukan upaya penguatan sistem perlindungan merek di Indonesia. Salah satu langkah yang dapat dilakukan adalah dengan memperjelas kriteria merek terkenal melalui peraturan pelaksana atau pedoman teknis yang bersifat mengikat. Dengan adanya kriteria yang jelas, proses pemeriksaan merek dan penyelesaian sengketa dapat dilakukan secara lebih objektif dan konsisten.

Selain itu, peningkatan kapasitas dan kompetensi aparaturnya pemeriksa merek juga menjadi hal yang krusial. Pelatihan yang berkelanjutan mengenai perkembangan hukum merek internasional dan praktik terbaik di berbagai negara dapat membantu meningkatkan kualitas pemeriksaan merek. Hal ini penting mengingat fenomena penyerupaan merek asing terkenal sering kali melibatkan aspek lintas negara dan standar internasional.

---

<sup>10</sup> Santoso, B. (2019). Fungsi Merek dan Relevansinya dalam Hukum Kekayaan Intelektual. *Jurnal Hukum Bisnis*, 34(1), 23–38.

Upaya lain yang tidak kalah penting adalah peningkatan kesadaran hukum pelaku usaha lokal. Edukasi mengenai pentingnya orisinalitas merek dan risiko hukum dari peniruan merek perlu terus digalakkan. Pelaku usaha harus didorong untuk membangun merek yang memiliki identitas dan nilai tambah sendiri, bukan dengan cara membonceng ketenaran merek asing terkenal. Pendekatan ini tidak hanya melindungi pemilik merek lain, tetapi juga mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif nasional.<sup>11</sup>

Dengan demikian, penguatan perlindungan hak merek di Indonesia memerlukan pendekatan yang komprehensif dan berkelanjutan. Penegakan hukum yang tegas, pemeriksaan merek yang berkualitas, serta peningkatan kesadaran hukum masyarakat merupakan elemen penting dalam mencegah pendaftaran brand lokal yang menyerupai merek asing terkenal. Apabila langkah-langkah tersebut dapat dilaksanakan secara konsisten, maka sistem hukum merek di Indonesia akan mampu memberikan kepastian hukum, melindungi kepentingan semua pihak, dan mendorong terciptanya persaingan usaha yang sehat dan berkeadilan.

## **PENUTUP**

Perlindungan hak merek merupakan salah satu aspek penting dalam sistem hukum kekayaan intelektual yang bertujuan untuk menjamin kepastian hukum, melindungi kepentingan pemilik merek, serta menciptakan iklim persaingan usaha yang sehat. Dalam konteks globalisasi dan keterbukaan pasar, merek tidak lagi sekadar tanda pembeda produk, melainkan telah berkembang menjadi aset bernilai ekonomi tinggi yang mencerminkan reputasi, kualitas, dan kepercayaan konsumen. Oleh karena itu, setiap bentuk pelanggaran terhadap hak merek, termasuk pendaftaran brand lokal yang menyerupai merek asing terkenal, harus dipandang sebagai permasalahan hukum yang serius.

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa fenomena pendaftaran merek lokal yang menyerupai merek asing terkenal pada produk sejenis di Indonesia menimbulkan berbagai implikasi hukum, ekonomi, dan sosial. Dari perspektif hukum merek, praktik tersebut berpotensi melanggar ketentuan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, khususnya terkait larangan pendaftaran merek yang memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek terkenal serta larangan pendaftaran merek yang diajukan dengan itikad tidak baik. Penyerupaan merek tidak hanya merugikan pemilik merek terkenal, tetapi juga mengganggu fungsi utama merek sebagai alat identifikasi dan pembeda produk di pasar.

---

<sup>11</sup> Utami, L., & Wijaya, R. (2020). Penegakan Hukum Merek dan Tantangan Globalisasi. *Jurnal Hukum dan Globalisasi*, 7(2), 156–172.

Lebih lanjut, pendaftaran merek yang menyerupai merek asing terkenal juga berdampak langsung terhadap konsumen. Konsumen berpotensi mengalami kebingungan mengenai asal-usul dan kualitas produk, sehingga hak konsumen untuk memperoleh informasi yang benar dan jujur menjadi terlanggar. Dalam jangka panjang, kondisi ini dapat menurunkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap produk di pasar serta terhadap sistem perlindungan hukum merek itu sendiri. Oleh karena itu, perlindungan hak merek tidak hanya berkaitan dengan kepentingan privat pemilik merek, tetapi juga menyangkut kepentingan publik yang lebih luas.

Hasil analisis juga menunjukkan bahwa meskipun Indonesia telah memiliki kerangka hukum yang cukup komprehensif dalam melindungi merek, implementasi dan penegakan hukumnya masih menghadapi berbagai tantangan. Ketidakkonsistenan dalam penafsiran konsep merek terkenal dan persamaan pada pokoknya, keterbatasan kapasitas pemeriksaan merek, serta kesulitan pembuktian itikad tidak baik menjadi hambatan utama dalam memberikan perlindungan hukum yang optimal. Kondisi ini berpotensi menciptakan ketidakpastian hukum bagi pelaku usaha, baik lokal maupun asing, serta dapat mempengaruhi iklim investasi dan daya saing ekonomi nasional.

Di sisi lain, fenomena penyerupaan merek juga mencerminkan masih rendahnya kesadaran hukum sebagian pelaku usaha mengenai pentingnya orisinalitas dan etika dalam berbisnis. Praktik membonceng ketenaran merek asing terkenal sering dipilih sebagai strategi instan untuk meraih keuntungan, tanpa mempertimbangkan risiko hukum dan dampak jangka panjangnya. Padahal, strategi semacam ini justru dapat menghambat perkembangan kreativitas dan inovasi pelaku usaha lokal, serta melemahkan fondasi ekonomi kreatif nasional.

Oleh karena itu, diperlukan upaya penguatan sistem perlindungan hak merek di Indonesia secara menyeluruh dan berkelanjutan. Dari sisi preventif, peningkatan kualitas pemeriksaan merek pada tahap pendaftaran menjadi hal yang sangat penting untuk mencegah lolosnya merek-merek yang memiliki kemiripan dengan merek terkenal. Pemerintah melalui Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual perlu memperjelas kriteria merek terkenal dan persamaan pada pokoknya melalui pedoman teknis yang jelas dan konsisten, sehingga dapat meminimalkan perbedaan penafsiran dalam praktik.

Dari sisi represif, penegakan hukum terhadap pelanggaran merek harus dilakukan secara tegas dan konsisten. Mekanisme pembatalan merek, gugatan ganti rugi, serta penghentian penggunaan merek yang melanggar harus dioptimalkan sebagai bentuk perlindungan terhadap pemilik merek yang sah dan sebagai upaya memberikan efek jera bagi pelaku pelanggaran. Penegakan hukum yang adil dan transparan akan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sistem hukum serta memperkuat perlindungan hak merek di Indonesia.

Selain itu, peningkatan kesadaran hukum pelaku usaha dan masyarakat juga merupakan faktor kunci dalam mencegah terjadinya penyerupaan merek. Edukasi mengenai pentingnya orisinalitas merek, etika bisnis, dan konsekuensi hukum dari pelanggaran merek perlu terus dilakukan, baik melalui program pemerintah, institusi pendidikan, maupun asosiasi usaha. Dengan meningkatnya kesadaran hukum, pelaku usaha diharapkan mampu membangun merek yang memiliki identitas dan nilai tambah sendiri, sehingga mampu bersaing secara sehat di pasar nasional maupun internasional.

Dengan demikian, analisis hak merek terhadap pendaftaran brand lokal yang menyerupai merek asing terkenal menunjukkan bahwa perlindungan hak merek merupakan elemen penting dalam mendukung kepastian hukum, perlindungan konsumen, dan persaingan usaha yang sehat. Sinergi antara regulasi yang jelas, penegakan hukum yang konsisten, serta kesadaran hukum masyarakat menjadi kunci utama dalam menciptakan sistem perlindungan merek yang efektif dan berkeadilan. Apabila upaya-upaya tersebut dapat dilaksanakan secara optimal, maka hukum merek di Indonesia tidak hanya berfungsi sebagai instrumen perlindungan hukum, tetapi juga sebagai sarana untuk mendorong inovasi, kreativitas, dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Suhan, A. (2021). Perlindungan Hukum terhadap Merek Terkenal dalam Sistem Hukum Merek Indonesia. *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum*, 28(2), 245–262.
- Rahman, F. (2020). Persamaan pada Pokoknya sebagai Dasar Penolakan Pendaftaran Merek. *Jurnal Konstitusi*, 17(3), 511–529.
- Putri, R. A. (2019). Itikad Tidak Baik dalam Pendaftaran Merek menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016. *Jurnal RechtsVinding*, 8(2), 201–218.
- Wibowo, A. (2022). Perlindungan Merek Terkenal Asing di Indonesia dalam Perspektif Hukum Internasional. *Jurnal Hukum Internasional*, 19(1), 87–105.
- Lestari, D. P. (2020). Peniruan Merek sebagai Bentuk Persaingan Usaha Tidak Sehat. *Jurnal Persaingan Usaha*, 6(1), 45–60.
- Sari, N., & Pratama, R. (2019). Analisis Yuridis Sengketa Merek Terkenal di Indonesia. *Jurnal Ilmu Hukum*, 15(2), 134–149.
- Kurniawan, B. (2021). Prinsip First to File dalam Perlindungan Hak Merek di Indonesia. *Jurnal Legislasi Indonesia*, 18(3), 327–342.
- Hidayat, M., & Anwar, S. (2020). Merek Terkenal dan Perlindungan Hukumnya dalam Sistem TRIPs. *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, 50(4), 801–820.
- Prameswari, A. (2018). Perlindungan Konsumen terhadap Produk Bermerek Menyerupai Merek Terkenal. *Jurnal Perlindungan Konsumen*, 5(2), 95–111.
- Nugroho, E. (2021). Kriteria Merek Terkenal dalam Praktik Peradilan Indonesia. *Jurnal Yudisial*, 14(1), 65–82.

- Santoso, B. (2019). Fungsi Merek dan Relevansinya dalam Hukum Kekayaan Intelektual. *Jurnal Hukum Bisnis*, 34(1), 23–38.
- Utami, L., & Wijaya, R. (2020). Penegakan Hukum Merek dan Tantangan Globalisasi. *Jurnal Hukum dan Globalisasi*, 7(2), 156–172.
- Ramadhan, I. (2022). Peran DJKI dalam Mencegah Pendaftaran Merek Beritikad Tidak Baik. *Jurnal Administrasi Negara*, 12(1), 41–58.
- Siregar, H. (2018). Persamaan Bunyi dan Visual dalam Sengketa Merek. *Jurnal Hukum Acara Perdata*, 4(3), 201–216.
- Maulana, D., & Fitriani, S. (2021). Sengketa Merek Terkenal dan Perlindungan Preventif di Indonesia. *Jurnal Hukum Ekonomi*, 9(2), 118–134.
- Yuliana, I. (2019). Merek sebagai Aset Tidak Berwujud dalam Kegiatan Perdagangan. *Jurnal Ekonomi dan Hukum*, 6(1), 77–92.
- Prakoso, A. (2020). Analisis Yuridis Pembatalan Merek karena Persamaan pada Pokoknya. *Jurnal Litigasi*, 21(2), 289–305.
- Hasanah, U. (2021). Perlindungan Hukum terhadap Merek Asing Terkenal yang Belum Terdaftar. *Jurnal Hukum Perdata*, 10(3), 341–357.