



---

## Konsep Ideal Limitasi Merek Terkenal untuk Mewujudkan Pelindungan Hukum Bagi Pemilik Merek

Nabil<sup>1</sup>, Ismail<sup>2</sup>, Hartana<sup>3</sup>

Universitas Bung Karno, Indonesia<sup>1-3</sup>

Email Korespondensi : [nabilbaswel@gmail.com](mailto:nabilbaswel@gmail.com)<sup>1</sup>, [ismailbagas@yahoo.co.id](mailto:ismailbagas@yahoo.co.id)<sup>2</sup>,

[hartana.palm99@gmail.com](mailto:hartana.palm99@gmail.com)<sup>3</sup>

---

Article received: 01 Januari 2026, Review process: 12 Januari 2026

Article Accepted: 22 Maret 2026, Article published: 01 Mei 2026

---

### ABSTRACT

*The protection of well-known trademarks under Law Number 20 of 2016 on Trademarks and Geographical Indications and Regulation of the Minister of Law Number 5 of 2026 has formally accommodated international standards, including the recognition of well-known marks and exceptions to the limitation period in cases of bad faith. However, in judicial practice, cancellation claims filed by owners of well-known trademarks are frequently rejected despite evidence of notoriety and allegations of bad faith. This condition reflects a discrepancy between legal norms (das sollen) and their implementation (das sein), particularly in the application of the first to file principle, limitation periods, and standards of proof. This study employs a normative legal research method using statutory, conceptual, historical, and case approaches. The data consist of primary, secondary, and tertiary legal materials, which are analyzed qualitatively through a juridical approach to identify regulatory limitations and judicial reasoning patterns in assessing trademark well-known status and bad faith. The findings reveal that the rejection of cancellation claims is influenced by the dominance of formal administrative considerations, particularly those related to registration and statutory time limits, as well as a restrictive interpretation of bad faith. Furthermore, the absence of a structured and uniform assessment framework for determining well-known trademark status has led to inconsistent judicial decisions. The first-to-file principle is often applied rigidly without adequately considering the distinctive nature of well-known trademarks. Based on these findings, this study formulates an ideal concept of limitation for well-known trademarks through an operational assessment framework that establishes objective parameters for determining well-known status and expands the indicators of bad faith. This concept aims to enhance legal certainty, ensure substantive justice, and promote consistency in the legal protection of well-known trademark owners.*

**Keywords:** *well-known trademarks; legal protection; bad faith.*

### ABSTRAK

*Pelindungan merek terkenal dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis serta Peraturan Menteri Hukum Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2026 pada dasarnya telah mengakomodasi standar internasional, termasuk pengakuan keterkenalan merek dan pengecualian batas waktu dalam hal adanya iktikad tidak baik. Namun, dalam praktik peradilan, gugatan pembatalan yang diajukan oleh pemilik merek terkenal kerap ditolak meskipun disertai bukti keterkenalan dan dugaan iktikad tidak baik. Kondisi ini menunjukkan adanya ketidaksinkronan antara norma (das sollen) dan praktik (das sein), khususnya dalam penerapan prinsip first to file, batas waktu gugatan, serta*

---

*standar pembuktian. Penelitian ini menggunakan metode hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan, konseptual, historis, dan kasus. Data berupa bahan hukum primer, sekunder, dan tersier dianalisis secara yuridis kualitatif untuk mengidentifikasi kelemahan pengaturan serta pola pertimbangan hakim dalam menilai keterkenalan merek dan iktikad tidak baik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penolakan gugatan dipengaruhi oleh dominasi pertimbangan administratif formal dan penafsiran iktikad tidak baik yang cenderung restriktif. Selain itu, belum terdapat standar uji yang terstruktur dalam menilai keterkenalan merek, sehingga menimbulkan disparitas putusan. Penerapan prinsip first to file juga masih dilakukan secara kaku tanpa mempertimbangkan karakter khusus merek terkenal. Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini merumuskan konsep ideal limitasi merek terkenal melalui kerangka uji operasional yang memuat parameter objektif keterkenalan dan indikator iktikad tidak baik yang lebih komprehensif. Konsep ini diharapkan dapat meningkatkan kepastian hukum, menjamin keadilan substantif, serta mewujudkan konsistensi perlindungan hukum bagi pemilik merek terkenal.*

**Kata Kunci:** limitasi merek terkenal; perlindungan hukum; iktikad tidak baik.

## PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi global dan integrasi perdagangan internasional telah memperkuat peran merek dalam aktivitas bisnis modern (McCarthy, 2017). Merek tidak lagi dipahami semata sebagai tanda pembeda barang dan/atau jasa, melainkan telah berkembang menjadi simbol reputasi, identitas korporasi, serta representasi kualitas yang membentuk persepsi dan preferensi konsumen (Saidin, 2007). Reputasi tersebut dibangun melalui investasi jangka panjang yang mencakup promosi, distribusi, inovasi, dan konsistensi mutu, sehingga memiliki nilai ekonomi yang signifikan. Dalam konteks ini, perlindungan merek tidak hanya berfungsi untuk melindungi kepentingan pemilik atas hasil investasi reputasi, tetapi juga untuk melindungi konsumen dari potensi kesesatan asal barang dan/atau jasa serta menjaga iklim persaingan usaha yang sehat dari praktik pemboncengan reputasi secara tidak patut (Miru, 2015).

Secara normatif, hukum merek di Indonesia telah mengakui pentingnya perlindungan terhadap merek terkenal sebagai bagian dari rezim perlindungan kekayaan intelektual (Gautama, 1993). Pengakuan tersebut tercermin dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (selanjutnya disebut UU Merek), yang mengatur bahwa permohonan pendaftaran merek harus ditolak apabila memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek terkenal milik pihak lain. Ketentuan ini menunjukkan bahwa reputasi merek terkenal diposisikan sebagai kepentingan hukum yang patut dilindungi, khususnya dalam mencegah terjadinya kebingungan konsumen, asosiasi yang menyesatkan, serta potensi kerugian reputasi bagi pemilik merek terkenal (Saidin, 2007).

Selain mekanisme penolakan pada tahap pendaftaran, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (selanjutnya disebut UU Merek) juga menyediakan mekanisme korektif melalui gugatan pembatalan merek terdaftar di Pengadilan Niaga. Mekanisme ini berfungsi sebagai instrumen hukum untuk mengoreksi pendaftaran merek yang bertentangan dengan ketentuan

peraturan perundang-undangan. UU Merek membatasi jangka waktu pengajuan gugatan pembatalan selama lima tahun sejak tanggal pendaftaran, sebagaimana diatur dalam Pasal 77 ayat (1). Namun demikian, pembatasan tersebut tidak berlaku apabila terdapat unsur iktikad tidak baik. Pengecualian ini menunjukkan bahwa kepastian administratif dalam sistem pendaftaran merek tidak boleh mengesampingkan keadilan substantif, khususnya dalam situasi di mana pendaftaran dilakukan secara tidak patut atau bertujuan untuk membonceng reputasi pihak lain. Dengan demikian, perlindungan merek terkenal dalam UU Merek tidak hanya bertumpu pada formalitas administratif, tetapi juga mengintegrasikan dimensi etis melalui konsep iktikad tidak baik.

Lebih lanjut, Peraturan Menteri Hukum Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2026 tentang Pendaftaran Merek (selanjutnya disebut Permen Hukum 5/2026) mengatur kriteria penentuan merek terkenal sebagai pedoman dalam proses penilaian. Kriteria tersebut meliputi tingkat pengetahuan masyarakat terhadap merek, volume penjualan dan keuntungan, pangsa pasar, jangkauan wilayah penggunaan, jangka waktu penggunaan, intensitas promosi dan nilai investasi, pendaftaran atau permohonan di negara lain, keberhasilan penegakan hukum, serta nilai yang melekat karena reputasi dan jaminan kualitas. Secara konseptual, pengaturan ini dimaksudkan untuk memberikan parameter yang lebih objektif dan terukur dalam mengidentifikasi keterkenalan suatu merek (Gunawati, 2015), sehingga diharapkan mampu meningkatkan konsistensi dalam penerapan hukum serta memperkuat perlindungan terhadap merek terkenal.

Namun, dalam praktik peradilan, tidak sedikit gugatan pembatalan yang diajukan oleh pemilik merek yang mengklaim mereknya terkenal justru ditolak. Penolakan sering didasarkan pada kesimpulan bahwa bukti keterkenalan dianggap belum memadai, unsur iktikad tidak baik dinilai tidak terbukti secara meyakinkan, atau batas waktu gugatan dipandang telah lewat dan pengecualian tidak diterapkan. Di sisi lain, prinsip first to file, sebagai fondasi sistem pendaftaran merek, kerap ditempatkan sebagai pertimbangan dominan untuk mempertahankan pihak yang lebih dahulu mendaftarkan merek, meskipun terdapat indikasi pemboncengan reputasi (Hura, 2025).

Kondisi tersebut menunjukkan adanya potensi ketidaksinkronan antara norma perlindungan merek terkenal (Das Sollen) dan penerapannya dalam putusan Pengadilan Niaga (Das Sein). Dalam Das Sollen, merek terkenal memperoleh perlindungan khusus, termasuk pembatasan bagi pihak lain untuk mendaftarkan merek yang memiliki persamaan pada pokoknya dan mekanisme pembatalan yang dapat diajukan tanpa batas waktu apabila terbukti iktikad tidak baik. Akan tetapi, dalam Das Sein, perlindungan tersebut tidak selalu terwujud secara konsisten. Perbedaan penilaian terhadap bukti keterkenalan, cara hakim menafsirkan iktikad tidak baik, dan kedudukan prinsip first to file dalam argumentasi putusan berpotensi menimbulkan disparitas.

Ketidakkonsistenan penilaian tersebut memiliki konsekuensi pada kepastian hukum. Tanpa kerangka uji yang terstruktur dan operasional, penilaian keterkenalan dan iktikad tidak baik sangat bergantung pada interpretasi individual, sehingga prediktabilitas putusan melemah. Dalam konteks perlindungan merek

terkenal, ketidakpastian dapat berdampak lebih luas karena merek terkenal sering terkait dengan jaringan usaha lintas negara, reputasi global, dan investasi ekonomi yang signifikan. Ketika perlindungan tidak konsisten, risiko pembajakan merek meningkat, dan sistem pendaftaran dapat dipersepsikan sebagai legitimasi administratif atas tindakan yang tidak patut.

Penelitian ini berangkat dari kebutuhan untuk menyusun konsep ideal limitasi merek terkenal sebagai kerangka uji operasional dalam sengketa pembatalan merek terkenal. Konsep tersebut diharapkan memperjelas batas dan parameter penilaian sehingga perlindungan hukum yang dijanjikan norma dapat terwujud secara lebih konsisten dan adil dalam praktik peradilan.

Permasalahan utama dalam sengketa pembatalan merek terkenal bukan terletak pada ketiadaan norma, melainkan pada penerapan dan pembuktiannya dalam praktik. Dalam konstruksi hukum merek Indonesia, terdapat empat titik kritis yang sering menjadi penentu dalam perkara pembatalan merek terkenal, yaitu: parameter pembuktian keterkenalan; pembuktian unsur iktikad tidak baik; relasi antara keterkenalan dan prinsip first to file; dan penerapan batas waktu gugatan pembatalan beserta pengecualiannya.

Keempat titik tersebut saling berhubungan dan membentuk struktur argumentasi putusan. Apabila salah satu titik dinilai tidak terpenuhi, gugatan pembatalan berpotensi ditolak sekalipun terdapat bukti lain yang menunjukkan reputasi dan penggunaan merek secara luas.

Permasalahan pembuktian keterkenalan muncul karena keterkenalan bukan status deklaratif, melainkan status yang harus dibuktikan. Permen Hukum 5/2026 memang memuat daftar kriteria, tetapi tidak menetapkan bobot pembuktian, urutan prioritas indikator, dan ambang batas pembuktian. Tidak ada ketentuan mengenai apakah seluruh kriteria harus dipenuhi, atau apakah kombinasi indikator tertentu sudah cukup untuk menegaskan keterkenalan. Akibatnya, dalam praktik, bukti yang sama dapat dinilai berbeda pada perkara yang berbeda.

Permasalahan penafsiran iktikad tidak baik juga bersifat krusial karena iktikad tidak baik merupakan konsep normatif dan kontekstual. UU Merek memberikan pengecualian batas waktu apabila terdapat unsur iktikad tidak baik, namun indikator operasionalnya tidak dirumuskan secara rinci. Dalam praktik, iktikad tidak baik kerap dikaitkan dengan pengetahuan pendaftar terhadap merek pihak lain, adanya hubungan bisnis sebelumnya, atau pola pendaftaran merek yang menyerupai merek terkenal. Namun, pembuktian iktikad tidak baik sering mengandalkan inferensi dari fakta tidak langsung karena "niat" jarang dapat dibuktikan secara eksplisit. Tanpa indikator yang jelas, standar pembuktian dapat menjadi terlalu ketat atau terlalu longgar, bergantung pada konstruksi logika hakim.

## METODE

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif (Ibrahim, 2005) yang berfokus pada analisis terhadap norma hukum yang mengatur perlindungan merek terkenal serta penerapannya dalam praktik peradilan (HS & Nurbani, 2013). Penelitian diarahkan untuk mengevaluasi ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dan Peraturan Menteri Hukum

---

Nomor 5 Tahun 2026, serta mengidentifikasi pola pertimbangan hakim dalam putusan pembatalan merek terkenal. Pendekatan yang digunakan meliputi pendekatan perundang-undangan, konseptual, historis, dan kasus, guna memperoleh pemahaman yang komprehensif terhadap konstruksi normatif dan implementasinya dalam praktik.

Sumber bahan hukum dalam penelitian ini terdiri atas bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Bahan hukum primer meliputi peraturan perundang-undangan dan putusan Pengadilan Niaga yang telah berkekuatan hukum tetap. Bahan hukum sekunder mencakup literatur ilmiah seperti buku dan artikel jurnal yang relevan, sedangkan bahan hukum tersier berupa dokumen hukum internasional, termasuk Konvensi Paris dan TRIPS, yang digunakan untuk memperkaya perspektif analisis. Pengumpulan bahan hukum dilakukan melalui studi dokumentasi dan studi pustaka untuk memperoleh data yang relevan dan kredibel.

Analisis bahan hukum dilakukan secara yuridis kualitatif dengan menitikberatkan pada penelaahan terhadap konsistensi antara norma hukum dan penerapannya dalam praktik. Analisis mencakup kajian terhadap *ratio decidendi*, pola pertimbangan hakim, serta penerapan kriteria keterkenalan merek dan unsur iktikad tidak baik dalam setiap perkara. Teknik analisis yang digunakan meliputi analisis deskriptif, komparatif, dan konseptual untuk mengidentifikasi kesenjangan antara *das sollen* dan *das sein*, serta merumuskan konsep ideal limitasi merek terkenal yang mampu memperkuat perlindungan hukum secara lebih konsisten dan berkeadilan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Analisis Pengaturan Limitasi Merek Terkenal menurut Hukum Positif yang berlaku di Indonesia*

Kelemahan pengaturan limitasi merek terkenal dalam sistem hukum merek di Indonesia antara lain berkaitan dengan ketidakjelasan parameter dalam menentukan status merek terkenal (Gunawati, 2015; Margono, 2010), dominannya penerapan prinsip first to file dalam sistem pendaftaran merek (Hura, 2025), adanya ketentuan daluwarsa dalam gugatan pembatalan merek yang dapat membatasi upaya perlindungan hukum terhadap pemilik merek terkenal, serta rumusan norma yang masih bersifat umum dalam Pasal 36 huruf g Permen Hukum 5/2026 yang menyebutkan indikator “pendaftaran Merek atau Permohonan di negara lain” tanpa memberikan parameter yang lebih konkret mengenai jumlah negara maupun persebaran wilayah geografis pendaftaran tersebut.

Kelemahan-kelemahan tersebut menunjukkan bahwa pengaturan mengenai merek terkenal dalam sistem hukum merek di Indonesia masih menghadapi berbagai keterbatasan yang dapat mempengaruhi efektivitas perlindungan hukum terhadap pemilik merek terkenal. Dalam praktiknya, berbagai sengketa yang melibatkan merek terkenal menunjukkan bahwa perlindungan hukum terhadap merek tersebut tidak selalu dapat diwujudkan secara optimal. Hal ini dapat dilihat dari beberapa perkara yang diperiksa oleh Pengadilan Niaga yang menunjukkan bahwa pemilik merek terkenal tidak selalu berhasil memperoleh perlindungan hukum terhadap merek yang dimilikinya.

---

Permasalahan tersebut menunjukkan adanya ketegangan antara dua prinsip utama dalam sistem hukum merek. Di satu sisi, sistem hukum merek di Indonesia menganut prinsip *first to file*, yaitu prinsip yang memberikan hak eksklusif kepada pihak yang pertama kali mendaftarkan merek tersebut (Miru, 2015). Prinsip ini dimaksudkan untuk menciptakan kepastian hukum dalam sistem pendaftaran merek serta memberikan perlindungan kepada pihak yang secara formal memperoleh hak atas merek melalui mekanisme pendaftaran.

Namun di sisi lain, perkembangan hukum kekayaan intelektual internasional juga mengakui adanya perlindungan khusus terhadap merek terkenal (World Intellectual Property Organization, 1883; World Trade Organization, 1994). Pelindungan tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa merek yang telah memiliki reputasi luas di masyarakat memiliki nilai ekonomi yang tinggi dan oleh karena itu perlu dilindungi dari penggunaan yang tidak sah oleh pihak lain. Pelindungan terhadap merek terkenal bertujuan untuk mencegah terjadinya pemanfaatan reputasi merek oleh pihak lain yang dapat menimbulkan kebingungan di masyarakat maupun merugikan pemilik merek tersebut (Saidin, 2007).

Ketegangan antara kedua prinsip tersebut menjadi semakin kompleks ketika suatu merek yang telah memiliki reputasi internasional belum didaftarkan di suatu negara, sementara pihak lain telah terlebih dahulu mendaftarkan merek yang memiliki persamaan dengan merek tersebut. Dalam kondisi demikian, penerapan prinsip *first to file* secara kaku dapat berpotensi membatasi pelindungan terhadap merek terkenal, meskipun merek tersebut secara faktual telah dikenal secara luas di berbagai negara.

Permasalahan limitasi pelindungan merek terkenal tidak terlepas dari perkembangan perdagangan global yang semakin terintegrasi (McCarthy, 2017), di mana merek berfungsi sebagai identitas komersial dalam perdagangan lintas negara (Gautama, 1993). Reputasi merek menjadi aset ekonomi penting yang dibangun melalui investasi besar dalam promosi, inovasi, dan penguatan identitas di pasar internasional (Wadlow, 2016), sehingga memerlukan pelindungan hukum yang memadai.

Namun, sistem hukum merek di Indonesia masih menghadapi tantangan, khususnya terkait ketidakjelasan parameter dalam menentukan status merek terkenal. Kondisi ini menyebabkan penilaian sangat bergantung pada interpretasi bukti, sehingga menimbulkan ketidakpastian hukum dan perbedaan putusan antarperkar.

Hal tersebut tercermin dalam beberapa perkara, seperti Pierre Cardin, Colavita, dan Prolexus (Putusan Nomor 15/Pdt.Sus-Merek/2015/PN.Niaga Jkt.Pst. Juncto Nomor 557 K/Pdt.Sus-HKI/2015, 2018), di mana pemilik merek terkenal tidak selalu memperoleh pelindungan hukum. Putusan-putusan tersebut menunjukkan bahwa pelindungan dapat dibatasi oleh faktor seperti penerapan prinsip *first to file* dan batas waktu gugatan pembatalan.

Dengan demikian, diperlukan pengkajian lebih lanjut terhadap pengaturan yang ada guna mengidentifikasi kelemahan dan merumuskan konsep limitasi

---

merek terkenal yang lebih jelas, guna mewujudkan kepastian hukum dan konsistensi dalam praktik peradilan.

### ***Kedudukan Merek Terkenal dalam Sistem Hukum Kekayaan Intelektual***

Dalam sistem hukum kekayaan intelektual, merek memiliki fungsi yang sangat penting sebagai tanda yang digunakan untuk membedakan barang atau jasa yang diproduksi oleh suatu pelaku usaha dengan barang atau jasa yang diproduksi oleh pelaku usaha lainnya (Saidin, 2007). Melalui merek, konsumen dapat mengidentifikasi sumber suatu produk serta membedakan produk tersebut dari produk lain yang sejenis.

Namun dalam perkembangan perdagangan modern, fungsi merek tidak lagi terbatas pada sekadar identifikasi produk. Merek juga berfungsi sebagai simbol reputasi, kualitas, serta kepercayaan konsumen terhadap suatu produk atau jasa. Reputasi yang melekat pada suatu merek dapat mempengaruhi persepsi konsumen mengenai kualitas produk yang menggunakan merek tersebut.

Dalam konteks tersebut, merek yang dikenal luas dan memiliki reputasi kuat dikategorikan sebagai merek terkenal (Gunawati, 2015), yang dibedakan dari merek biasa melalui tingkat pengenalan yang tinggi, penggunaan jangka panjang, serta keberhasilan di pasar. Reputasi ini umumnya merupakan hasil investasi besar dalam pemasaran dan promosi, termasuk kampanye iklan, sponsorship, dan pengembangan jaringan distribusi, sehingga menjadikan merek terkenal memiliki nilai ekonomi yang signifikan, bahkan sering kali melebihi aset fisik perusahaan.

Nilai ekonomi yang tinggi tersebut menjadikan merek terkenal sebagai aset tidak berwujud yang strategis sekaligus rentan terhadap penyalahgunaan. Penggunaan merek yang memiliki persamaan dengan merek terkenal berpotensi menimbulkan kebingungan di masyarakat serta merugikan pemilik merek. Oleh karena itu, sistem hukum kekayaan intelektual di berbagai negara memberikan perlindungan khusus terhadap merek terkenal (Gunawati, 2015);(McCarthy, 2017) guna mencegah penggunaan yang tidak sah dan menjaga reputasi merek.

Lebih jauh, perlindungan terhadap merek terkenal tidak hanya bertujuan melindungi kepentingan pemilik, tetapi juga menjaga kepercayaan konsumen serta menjamin tertibnya sistem perdagangan. Tanpa perlindungan yang memadai, konsumen akan kesulitan membedakan produk asli dengan produk yang tidak memiliki hubungan dengan pemilik merek, sehingga berpotensi merusak kepercayaan terhadap mekanisme pasar secara keseluruhan.

### ***Pengaturan Merek Terkenal dalam Hukum Internasional***

Pengaturan mengenai perlindungan terhadap merek terkenal tidak hanya berkembang dalam sistem hukum nasional, tetapi juga telah diakui secara luas dalam berbagai instrumen hukum internasional di bidang kekayaan intelektual.

Pengakuan tersebut menunjukkan bahwa keberadaan merek terkenal merupakan fenomena yang tidak dapat dilepaskan dari perkembangan perdagangan internasional yang semakin terintegrasi. Dalam konteks perdagangan global, merek tidak hanya berfungsi sebagai identitas produk dalam satu negara,

---

tetapi juga sebagai simbol reputasi yang dapat dikenal oleh konsumen di berbagai negara.

Salah satu instrumen hukum internasional yang paling awal mengatur mengenai perlindungan terhadap merek terkenal adalah *Paris Convention for the Protection of Industrial Property*. Konvensi ini merupakan salah satu perjanjian internasional tertua di bidang kekayaan intelektual yang memberikan dasar bagi perlindungan terhadap berbagai bentuk hak kekayaan industri, termasuk merek. Dalam *Paris Convention*, perlindungan terhadap merek terkenal diatur dalam *Article 6bis* (World Intellectual Property Organization, 1883), yang mengharuskan negara anggota untuk menolak atau membatalkan pendaftaran merek yang merupakan reproduksi, imitasi, atau terjemahan dari merek terkenal milik pihak lain apabila penggunaan merek tersebut berpotensi menimbulkan kebingungan di masyarakat.

Ketentuan dalam *Article 6bis* tersebut memiliki arti yang sangat penting dalam perkembangan konsep perlindungan merek terkenal. Melalui ketentuan tersebut, *Paris Convention* mengakui bahwa perlindungan terhadap merek terkenal tidak selalu bergantung pada pendaftaran merek di suatu negara. Dengan kata lain, meskipun suatu merek belum didaftarkan di suatu negara tertentu, merek tersebut tetap dapat memperoleh perlindungan apabila terbukti memiliki reputasi yang luas di masyarakat.

Prinsip ini menunjukkan bahwa reputasi merek merupakan faktor yang sangat penting dalam sistem perlindungan merek. Reputasi yang dimiliki oleh suatu merek dapat menciptakan hubungan tertentu antara merek tersebut dengan produk atau jasa yang dihasilkan oleh pemilik merek. Apabila pihak lain menggunakan merek yang memiliki persamaan dengan merek terkenal, maka penggunaan tersebut berpotensi menimbulkan kebingungan di masyarakat mengenai asal-usul produk yang menggunakan merek tersebut.

Selain *Paris Convention*, perlindungan terhadap merek terkenal juga diperkuat dalam *Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS Agreement)*. (World Trade Organization, 1994), Perjanjian ini merupakan bagian dari sistem perdagangan internasional yang dikelola oleh *World Trade Organization (WTO)* dan mengatur standar minimum perlindungan kekayaan intelektual yang harus diterapkan oleh negara anggota.

Dalam *TRIPS Agreement*, perlindungan merek terkenal diatur dalam *Article 16* yang memperluas cakupan perlindungan dibandingkan *Paris Convention*, termasuk terhadap barang atau jasa tidak sejenis apabila berpotensi merugikan pemilik merek. Selain itu, *World Intellectual Property Organization (WIPO)* melalui *Joint Recommendation Concerning Provisions on the Protection of Well-Known Marks (W.I.P.O., 1999)* memberikan pedoman untuk menilai keterkenalan merek secara lebih sistematis.

Pedoman tersebut mencakup faktor-faktor seperti tingkat pengenalan masyarakat, durasi dan jangkauan penggunaan, intensitas promosi, serta nilai ekonomi merek. Kerangka ini membantu otoritas dan pengadilan dalam menentukan status merek terkenal secara lebih objektif dan terukur.

Secara umum, berbagai instrumen internasional tersebut menunjukkan bahwa perlindungan merek terkenal telah menjadi prinsip yang diakui secara

---

global, sehingga banyak negara, termasuk Indonesia, berupaya mengadopsinya dalam hukum nasional. Namun, implementasinya tidak selalu seragam karena perbedaan sistem hukum dan indikator yang digunakan, yang pada akhirnya menimbulkan tantangan dalam mewujudkan perlindungan yang efektif terhadap merek terkenal.

### *Perkembangan Pengaturan Merek Terkenal dalam Hukum Indonesia*

Pengaturan mengenai merek terkenal dalam sistem hukum merek di Indonesia mengalami perkembangan yang panjang seiring dengan dinamika perdagangan global dan tuntutan harmonisasi dengan standar internasional. Pada tahap awal melalui Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961, perlindungan merek lebih menitikberatkan pada aspek formal pendaftaran, sehingga konsep merek terkenal belum memperoleh perhatian yang memadai. Dalam sistem tersebut, hak atas merek diberikan kepada pihak yang pertama kali mendaftarkan (*first to file*), sehingga perlindungan terhadap merek yang belum terdaftar di Indonesia relatif terbatas, meskipun telah dikenal secara internasional.

Perkembangan selanjutnya ditandai dengan lahirnya Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 yang mulai memberikan pengakuan terhadap merek terkenal, kemudian diperkuat melalui perubahan dalam Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997. Penguatan tersebut berlanjut dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 yang memberikan dasar hukum yang lebih tegas, khususnya dalam penolakan pendaftaran merek yang memiliki persamaan dengan merek terkenal milik pihak lain.

Pengaturan tersebut kemudian disempurnakan melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang menjadi dasar hukum saat ini, dengan pengakuan yang lebih jelas terhadap merek terkenal. Selain itu, kriteria mengenai merek terkenal juga diatur dalam peraturan pelaksana, seperti Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek, yang memberikan pedoman dalam menilai keterkenalan merek secara lebih terstruktur.

Peraturan pelaksana mengenai merek terkenal memberikan indikator penilaian, seperti tingkat pengenalan masyarakat dan jangkauan penggunaan merek. Ketentuan ini mengalami penyesuaian melalui Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 12 Tahun 2021, dan selanjutnya diperbarui melalui Permen Hukum 5/2026 yang mengatur kembali indikator keterkenalan merek secara lebih komprehensif.

Salah satu indikator yang diatur adalah pendaftaran atau permohonan pendaftaran merek di negara lain (Pasal 36 huruf g), yang menunjukkan reputasi internasional suatu merek. Namun, norma tersebut belum memberikan parameter yang jelas terkait jumlah negara atau persebaran geografis yang dapat dijadikan ukuran keterkenalan, sehingga membuka ruang interpretasi dalam praktik.

Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun pengaturan merek terkenal di Indonesia telah berkembang secara signifikan, masih terdapat keaburan norma yang memerlukan analisis lebih lanjut. Hal ini penting untuk memahami

---

implikasinya terhadap efektivitas perlindungan hukum bagi pemilik merek terkenal dalam praktik peradilan.

### ***Kelemahan Parameter Penentuan Merek Terkenal dalam Sistem Hukum Indonesia***

Salah satu kelemahan utama dalam pengaturan perlindungan merek terkenal di Indonesia adalah belum adanya parameter yang jelas dan terukur untuk menentukan status merek terkenal (Gunawati, 2015). Meskipun peraturan perundang-undangan telah mengakui merek terkenal sebagai kategori khusus, indikator yang digunakan masih bersifat umum dan belum memberikan ukuran konkret. Kondisi ini menimbulkan permasalahan dalam praktik penegakan hukum (Saidin, 2021), khususnya dalam pembuktian status merek terkenal yang sangat bergantung pada interpretasi terhadap bukti yang diajukan para pihak.

Indikator yang selama ini digunakan, seperti tingkat pengenalan masyarakat, jangka waktu penggunaan, intensitas promosi, dan jangkauan geografis, pada dasarnya hanya memberikan gambaran umum mengenai reputasi merek. Namun, indikator tersebut tidak menetapkan batasan kuantitatif yang jelas, sehingga penilaian sering dilakukan secara kasuistis berdasarkan pertimbangan hakim. Ketidakjelasan ini berimplikasi pada ketidakpastian hukum, sebagaimana ditegaskan oleh teori kepastian hukum Gustav Radbruch yang menuntut kejelasan norma sebagai pedoman bagi masyarakat.

Selain itu, kekaburan parameter membuka peluang bagi pihak lain untuk mendaftarkan merek yang memiliki persamaan dengan merek terkenal, terutama dalam sistem *first to file*. Akibatnya, perlindungan terhadap merek terkenal dapat menjadi terbatas meskipun telah memiliki reputasi internasional. Oleh karena itu, diperlukan pengembangan parameter yang lebih jelas dan terukur guna meningkatkan objektivitas, konsistensi, serta efektivitas perlindungan hukum terhadap merek terkenal dalam sistem hukum merek di Indonesia.

### ***Prinsip First to file sebagai Limitasi Pelindungan Merek Terkenal***

Selain ketidakjelasan parameter merek terkenal, kelemahan lain dalam sistem hukum merek di Indonesia terletak pada dominannya penerapan prinsip *first to file* (Hura, 2025). Prinsip ini memberikan hak eksklusif kepada pihak yang pertama kali mendaftarkan merek dan bertujuan menciptakan kepastian hukum dalam sistem pendaftaran (Miru, 2015). Melalui mekanisme ini, kepemilikan merek dapat ditentukan secara jelas untuk mencegah sengketa dalam kegiatan perdagangan.

Namun, dalam konteks perlindungan merek terkenal, penerapan prinsip *first to file* secara kaku dapat menimbulkan permasalahan. Merek yang telah dikenal luas secara internasional tetapi belum didaftarkan di suatu negara tetap berisiko didaftarkan oleh pihak lain (Gunawati, 2015). Akibatnya, pihak yang lebih dahulu mendaftarkan memperoleh hak eksklusif, sementara pemilik asli menghadapi kendala dalam memperoleh perlindungan hukum, meskipun memiliki reputasi yang kuat.

Praktik peradilan menunjukkan bahwa prinsip ini sering menjadi dasar utama dalam menentukan kepemilikan merek, sehingga berpotensi membatasi perlindungan terhadap merek terkenal. Kondisi ini menegaskan perlunya

---

keseimbangan yang lebih proporsional antara kepastian administratif dan keadilan substantif. Oleh karena itu, analisis terhadap penerapan prinsip *first to file* menjadi penting untuk memahami dampaknya terhadap efektivitas perlindungan hukum bagi pemilik merek terkenal dalam penyelesaian sengketa di Indonesia.

### ***Daluwarsa Gugatan sebagai Limitasi Pelindungan Merek Terkenal***

Selain ketidakjelasan parameter merek terkenal dan dominannya prinsip *first to file*, limitasi perlindungan hukum juga berkaitan dengan adanya batas waktu pengajuan gugatan pembatalan merek (daluwarsa). Dalam sistem hukum merek Indonesia, pihak yang dirugikan dapat mengajukan gugatan pembatalan ke Pengadilan Niaga apabila terdapat pelanggaran terhadap ketentuan hukum. Namun, hak tersebut dibatasi oleh jangka waktu tertentu, sehingga gugatan yang diajukan setelah batas waktu terlampaui dapat dinyatakan tidak dapat diterima.

Pembatasan ini bertujuan untuk menciptakan kepastian hukum (Wantu & Hukum, 2011), khususnya bagi pemilik merek terdaftar. Akan tetapi, dalam konteks merek terkenal, ketentuan daluwarsa dapat menimbulkan persoalan karena merek tersebut sering telah digunakan secara luas secara internasional sebelum didaftarkan di suatu negara. Tidak jarang pemilik merek baru mengetahui adanya pendaftaran yang bermasalah setelah jangka waktu tersebut terlewati.

Dalam praktik peradilan, kondisi ini menyebabkan gugatan pembatalan dari pemilik merek terkenal ditolak karena melewati batas waktu, meskipun merek tersebut memiliki reputasi kuat. Hal ini menunjukkan bahwa ketentuan daluwarsa dapat membatasi perlindungan hukum terhadap merek terkenal. Oleh karena itu, penerapannya perlu mempertimbangkan karakteristik khusus merek terkenal yang bersifat lintas negara, agar tercapai keseimbangan antara kepastian hukum dan keadilan substantif.

### ***Analisis Mendalam Pasal 36 Huruf g Permen Hukum 5/2026***

Salah satu ketentuan yang memiliki relevansi penting dalam pembahasan mengenai limitasi perlindungan merek terkenal dalam sistem hukum merek di Indonesia adalah Pasal 36 huruf g Permen Hukum 5/2026. Ketentuan ini menyebutkan bahwa salah satu indikator yang dapat digunakan dalam menilai ketenaran suatu merek adalah adanya pendaftaran merek atau permohonan pendaftaran merek di negara lain.

Ketentuan tersebut pada dasarnya menunjukkan bahwa reputasi internasional suatu merek dapat menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan dalam menentukan apakah suatu merek dapat dikategorikan sebagai merek terkenal. Pendaftaran merek di berbagai negara menunjukkan bahwa merek tersebut telah digunakan dalam kegiatan perdagangan internasional serta memiliki jangkauan penggunaan yang melampaui batas wilayah suatu negara.

Namun demikian, rumusan norma dalam Pasal 36 huruf g tersebut masih menimbulkan berbagai pertanyaan mengenai bagaimana indikator tersebut harus diinterpretasikan dalam praktik. Ketentuan tersebut hanya menyebutkan bahwa pendaftaran merek atau permohonan pendaftaran merek di negara lain dapat menjadi indikator ketenaran merek, tetapi tidak memberikan parameter yang lebih

---

konkret mengenai jumlah negara atau wilayah geografis tertentu yang harus dipenuhi.

Ketidajelasan rumusan norma tersebut berpotensi menimbulkan berbagai interpretasi dalam praktik penerapan hukum. Dalam satu kasus, pendaftaran merek di beberapa negara mungkin dianggap cukup untuk menunjukkan bahwa suatu merek memiliki reputasi internasional. Namun dalam kasus lain, pendaftaran merek di jumlah negara yang sama mungkin dianggap belum cukup untuk menunjukkan bahwa merek tersebut merupakan merek terkenal.

Perbedaan interpretasi tersebut dapat menimbulkan ketidakpastian hukum bagi pemilik merek yang ingin memperoleh pengakuan terhadap status merek terkenal. Tanpa adanya parameter yang jelas mengenai indikator pendaftaran merek di negara lain, penilaian terhadap ketenaran suatu merek dapat menjadi sangat bergantung pada interpretasi subjektif dalam setiap perkara.

Selain itu, ketentuan dalam Pasal 36 huruf g juga tidak memberikan penjelasan mengenai bagaimana persebaran geografis pendaftaran merek tersebut harus dipertimbangkan. Dalam konteks perdagangan internasional, reputasi suatu merek sering kali berkaitan dengan keberhasilan merek tersebut dalam menembus berbagai pasar di berbagai wilayah dunia.

Apabila suatu merek hanya terdaftar di beberapa negara yang berada dalam satu kawasan geografis yang sama, maka reputasi merek tersebut mungkin masih terbatas pada kawasan tersebut. Sebaliknya, apabila suatu merek telah terdaftar di berbagai negara yang tersebar di berbagai kawasan dunia, maka hal tersebut dapat menunjukkan bahwa merek tersebut memiliki reputasi yang lebih luas dalam perdagangan internasional.

Namun karena ketentuan dalam Pasal 36 huruf g tidak memberikan parameter yang jelas mengenai jumlah negara maupun persebaran wilayah geografis pendaftaran merek, maka indikator tersebut menjadi sulit untuk diterapkan secara konsisten dalam praktik.

Ketidajelasan parameter tersebut menunjukkan bahwa ketentuan dalam Pasal 36 huruf g masih memerlukan penyempurnaan agar dapat memberikan pedoman yang lebih jelas dalam menilai ketenaran suatu merek. Tanpa adanya parameter yang lebih terukur, ketentuan tersebut berpotensi menimbulkan ketidakpastian hukum dalam proses penilaian terhadap status merek terkenal.

Dalam konteks penelitian ini, ketentuan tersebut menjadi sangat penting untuk dianalisis karena berkaitan langsung dengan konsep limitasi perlindungan merek terkenal dalam sistem hukum merek di Indonesia. Apabila indikator mengenai pendaftaran merek di negara lain tidak dirumuskan secara jelas, maka perlindungan terhadap merek terkenal dapat menjadi tidak optimal.

Oleh karena itu, analisis terhadap Pasal 36 huruf g menjadi salah satu bagian penting dalam penelitian ini untuk memahami bagaimana ketentuan tersebut dapat mempengaruhi perlindungan hukum terhadap pemilik merek terkenal dalam sistem hukum merek di Indonesia.

### *Analisis Disparitas Putusan Pengadilan Niaga dalam Sengketa Merek Terkenal*

Salah satu indikator kelemahan dalam pengaturan limitasi perlindungan merek terkenal di Indonesia adalah munculnya disparitas putusan dalam sengketa merek. Disparitas ini merujuk pada perbedaan pertimbangan hukum maupun hasil putusan dalam perkara dengan karakteristik serupa, yang berpotensi mengganggu kepastian hukum (Radbruch, 1932).

Dalam sengketa merek terkenal, perbedaan tersebut dapat dipengaruhi oleh variasi penilaian terhadap bukti, interpretasi terhadap ketentuan hukum, serta pendekatan hakim dalam menyeimbangkan prinsip pendaftaran merek dengan perlindungan merek terkenal. Fenomena ini terlihat dalam beberapa perkara, seperti Pierre Cardin, Colavita, dan Prolexus (*Putusan Nomor 15/Pdt.Sus-Merek/2015/PN.Niaga Jkt.Pst. Juncto Nomor 557 K/Pdt.Sus-HKI/2015*, 2018).

Meskipun memiliki karakteristik yang relatif sama sebagai merek dengan reputasi internasional, hasil putusan dalam perkara-perkara tersebut menunjukkan bahwa pemilik merek terkenal tidak selalu memperoleh perlindungan hukum. Hal ini menegaskan adanya inkonsistensi dalam praktik peradilan yang berdampak pada ketidakpastian hukum.

Dalam perkara yang berkaitan dengan merek Pierre Cardin, misalnya, pengadilan memberikan pertimbangan bahwa pendaftaran merek oleh pihak tergugat telah dilakukan secara sah berdasarkan prinsip *first to file*. Dalam pertimbangan tersebut, pengadilan menilai bahwa hak atas merek harus diberikan kepada pihak yang terlebih dahulu mendaftarkan merek tersebut sesuai dengan ketentuan dalam sistem pendaftaran merek di Indonesia.

Pertimbangan tersebut menunjukkan bahwa meskipun merek Pierre Cardin telah dikenal secara luas sebagai merek internasional, reputasi merek tersebut tidak secara otomatis mengesampingkan prinsip pendaftaran merek yang berlaku dalam sistem hukum nasional. Dengan demikian, perlindungan terhadap merek terkenal dapat dibatasi oleh penerapan prinsip *first to file*.

Dalam perkara lain yang berkaitan dengan merek Colavita, pengadilan juga memberikan pertimbangan yang menekankan pada aspek legalitas pendaftaran merek oleh pihak tergugat. Dalam putusan tersebut, pengadilan menilai bahwa merek yang didaftarkan oleh tergugat telah diperoleh secara sah sesuai dengan prosedur yang berlaku dalam sistem pendaftaran merek.

Dalam sengketa merek terkenal, disparitas putusan dapat dipengaruhi oleh perbedaan penilaian terhadap bukti, interpretasi norma, serta pendekatan hakim dalam menyeimbangkan prinsip pendaftaran merek dengan perlindungan merek terkenal. Hal ini tampak dalam perkara-perkara yang memiliki karakteristik serupa, yaitu melibatkan merek dengan reputasi internasional, namun menghasilkan putusan yang berbeda.

Dalam perkara Pierre Cardin, misalnya, pengadilan menegaskan bahwa hak atas merek diberikan kepada pihak yang pertama kali mendaftarkan berdasarkan prinsip *first to file*, sehingga reputasi internasional tidak secara otomatis mengesampingkan sistem pendaftaran nasional. Pendekatan serupa juga terlihat dalam perkara Colavita, di mana pengadilan lebih menitikberatkan pada legalitas formal pendaftaran merek oleh pihak tergugat.

---

Kondisi ini menunjukkan bahwa perlindungan terhadap merek terkenal dalam praktik masih sangat dipengaruhi oleh pertimbangan administratif formal, sehingga analisis terhadap disparitas putusan menjadi penting untuk memahami bagaimana kelemahan pengaturan hukum merek berdampak pada konsistensi penegakan hukum di Pengadilan Niaga.

### *Analisis Pembuktian Status Merek Terkenal dalam Sengketa di Pengadilan Niaga*

Selain disparitas putusan, kelemahan perlindungan merek terkenal juga berkaitan dengan pembuktian status merek terkenal dalam sengketa di Pengadilan Niaga (Gunawati, 2015). Pihak yang mengajukan klaim wajib membuktikan keterkenalan merek melalui berbagai bukti reputasi di masyarakat. Namun, proses ini menghadapi kendala karena tidak adanya standar yang jelas mengenai jenis dan jumlah bukti yang harus diajukan (Mahmud, 2016).

Akibatnya, penilaian terhadap bukti sangat bergantung pada interpretasi hakim. Bukti yang dalam satu perkara dianggap cukup untuk menunjukkan keterkenalan, dalam perkara lain dapat dinilai sebaliknya. Kondisi ini menimbulkan ketidakpastian hukum serta membebani pemilik merek untuk menghadirkan bukti yang luas dan beragam guna meyakinkan pengadilan.

### *Sintesis Kelemahan Sistem Hukum Merek Indonesia terhadap Pelindungan Merek Terkenal*

Berdasarkan pembahasan sebelumnya, sistem hukum merek di Indonesia masih menghadapi kelemahan yang mempengaruhi efektivitas perlindungan terhadap merek terkenal, baik pada tataran norma maupun praktik peradilan. Salah satu kelemahan utama adalah ketidakjelasan parameter dalam menentukan status merek terkenal, sehingga penilaiannya sangat bergantung pada interpretasi terhadap bukti yang diajukan para pihak (Mahmud, 2016).

Selain itu, dominannya penerapan prinsip *first to file* juga berpotensi membatasi perlindungan merek terkenal. Meskipun prinsip ini penting untuk kepastian hukum, penerapannya secara kaku dapat merugikan pemilik merek yang telah memiliki reputasi internasional namun belum terdaftar di Indonesia, karena pihak lain tetap dapat memperoleh hak eksklusif melalui pendaftaran.

Kelemahan lainnya terlihat pada rumusan norma, seperti Pasal 36 huruf g Permen Hukum 5/2026, yang masih bersifat umum dan belum memberikan parameter yang jelas terkait indikator pendaftaran merek di negara lain. Kondisi ini menunjukkan perlunya penguatan pengaturan guna menciptakan perlindungan hukum yang lebih pasti dan konsisten bagi merek terkenal.

Ketentuan tersebut hanya menyebutkan bahwa pendaftaran merek atau permohonan pendaftaran merek di negara lain dapat menjadi indikator ketenaran suatu merek. Namun ketentuan tersebut tidak memberikan parameter yang jelas mengenai jumlah negara maupun persebaran wilayah geografis pendaftaran merek yang dapat dijadikan indikator reputasi internasional suatu merek.

Akibatnya, ketentuan tersebut berpotensi menimbulkan berbagai interpretasi dalam praktik penerapan hukum. Dalam satu kasus, pendaftaran merek di beberapa negara mungkin dianggap cukup untuk menunjukkan bahwa

---

suatu merek memiliki reputasi internasional. Namun dalam kasus lain, pendaftaran merek di jumlah negara yang sama mungkin dianggap belum cukup untuk menunjukkan bahwa merek tersebut merupakan merek terkenal.

Selain kelemahan yang berkaitan dengan rumusan norma, praktik penyelesaian sengketa merek di Pengadilan Niaga juga menunjukkan adanya disparitas putusan dalam sengketa yang melibatkan merek terkenal. Disparitas putusan tersebut menunjukkan bahwa penilaian terhadap sengketa merek terkenal dapat menghasilkan hasil yang berbeda meskipun perkara yang diperiksa memiliki karakteristik yang relatif serupa (Margono, 2010).

Fenomena tersebut dapat dilihat dalam beberapa perkara yang dianalisis dalam penelitian ini, seperti perkara yang berkaitan dengan merek Pierre Cardin, Colavita, dan Prolexus. Ketiga perkara tersebut menunjukkan bahwa perlindungan terhadap merek terkenal dapat dibatasi oleh berbagai faktor yang berbeda, seperti penerapan prinsip *first to file*, pengakuan terhadap legalitas pendaftaran merek oleh pihak lain.

Selain itu, praktik penyelesaian sengketa merek di Pengadilan Niaga juga menunjukkan bahwa proses pembuktian status merek terkenal sering kali menghadapi berbagai kendala. Pemilik merek yang mengajukan klaim mengenai status merek terkenal harus mengajukan berbagai jenis bukti untuk menunjukkan reputasi merek yang dimilikinya.

Namun karena tidak adanya standar yang jelas mengenai indikator ketenaran merek, penilaian terhadap bukti-bukti tersebut menjadi sangat bergantung pada interpretasi hakim dalam setiap perkara. Kondisi ini dapat menimbulkan ketidakpastian hukum bagi pemilik merek yang ingin memperoleh pengakuan terhadap status merek terkenal yang dimilikinya.

Berdasarkan berbagai kelemahan tersebut, dapat disimpulkan bahwa sistem hukum merek di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan dalam memberikan perlindungan yang efektif terhadap merek terkenal. Kelemahan tersebut menunjukkan bahwa pengaturan mengenai limitasi merek terkenal dalam sistem hukum merek di Indonesia masih memerlukan pengembangan yang lebih lanjut.

### ***Kebutuhan Rekonstruksi Pengaturan Limitasi Merek Terkenal dalam Sistem Hukum Indonesia***

Berdasarkan analisis terhadap berbagai kelemahan yang terdapat dalam pengaturan perlindungan merek terkenal dalam sistem hukum merek di Indonesia, dapat disimpulkan bahwa terdapat kebutuhan untuk melakukan rekonstruksi terhadap pengaturan mengenai limitasi merek terkenal dalam sistem hukum tersebut.

Rekonstruksi pengaturan tersebut diperlukan untuk menciptakan sistem perlindungan merek yang lebih mampu memberikan kepastian hukum, dan perlindungan yang efektif terhadap pemilik merek terkenal. Tanpa adanya rekonstruksi pengaturan yang memadai, kelemahan yang terdapat dalam sistem hukum merek yang berlaku saat ini berpotensi terus menimbulkan permasalahan dalam praktik penyelesaian sengketa merek.

Salah satu aspek penting yang memerlukan rekonstruksi adalah perumusan parameter yang lebih jelas mengenai indikator ketenaran suatu merek (Saidin, 2021). Parameter yang lebih jelas diperlukan agar penilaian terhadap status merek terkenal dapat dilakukan secara lebih objektif dan konsisten. Dengan adanya parameter yang lebih terukur, pengadilan maupun otoritas yang berwenang dapat memiliki pedoman yang lebih jelas dalam menilai apakah suatu merek dapat dikategorikan sebagai merek terkenal.

Rekonstruksi pengaturan diperlukan untuk menciptakan keseimbangan antara prinsip pendaftaran merek dan perlindungan terhadap merek terkenal. Sistem hukum merek tidak hanya harus menjamin kepastian administratif, tetapi juga melindungi reputasi merek yang dibangun melalui penggunaan luas dalam perdagangan internasional.

Upaya ini mencakup perumusan indikator yang lebih jelas, khususnya terkait pendaftaran merek di negara lain sebagai parameter keterkenalan. Kejelasan indikator tersebut penting agar penilaian status merek terkenal tidak semata bergantung pada interpretasi subjektif, melainkan didasarkan pada ukuran yang objektif dan terukur.

Rekonstruksi ini diharapkan meningkatkan efektivitas perlindungan merek serta memperkuat kepercayaan pelaku usaha internasional terhadap sistem hukum Indonesia (R. Djubaedillah, 2014a). Oleh karena itu, penguatan pengaturan limitasi merek terkenal menjadi kebutuhan mendesak dalam rangka menjawab kelemahan yang ada.

### ***Analisis Konsep Ideal Limitasi Merek Terkenal Dalam Mewujudkan Pelindungan Hukum Bagi Pemilik Merek***

Setelah mengidentifikasi berbagai kelemahan dalam pengaturan limitasi merek terkenal di Indonesia, diperlukan perumusan konsep ideal yang mampu meningkatkan efektivitas perlindungan hukum. Upaya ini penting untuk mengatasi permasalahan seperti ketidakjelasan parameter penentuan merek terkenal, dominannya penerapan prinsip *first to file*, serta ketidakpastian dalam penerapan indikator ketenaran.

Konsep ideal tersebut harus mampu menciptakan keseimbangan antara kepastian hukum dan perlindungan reputasi merek (Radbruch, 1932); (Hadjon, 1987). Di satu sisi, sistem pendaftaran harus tetap menjamin kepastian administratif, namun di sisi lain harus memberikan perlindungan yang memadai terhadap merek dengan reputasi internasional agar tidak disalahgunakan oleh pihak lain.

Dalam konteks ini, konsep limitasi merek terkenal tidak dapat dipahami semata-mata sebagai pembatasan terhadap perlindungan merek terkenal. Sebaliknya, konsep tersebut harus dipahami sebagai mekanisme pengaturan yang bertujuan untuk menentukan secara jelas kondisi-kondisi di mana perlindungan terhadap merek terkenal dapat diberikan secara efektif tanpa mengabaikan prinsip dasar dalam sistem pendaftaran merek.

Perumusan konsep ideal limitasi merek terkenal juga harus mempertimbangkan perkembangan hukum kekayaan intelektual internasional yang telah memberikan pengakuan terhadap perlindungan merek terkenal melalui

---

berbagai instrumen hukum internasional, seperti *Paris Convention*, *TRIPS Agreement*, serta berbagai pedoman yang dikembangkan oleh *World Intellectual Property Organization (WIPO)*. Instrumen-instrumen tersebut menunjukkan bahwa reputasi merek merupakan faktor yang sangat penting dalam sistem perlindungan merek.

Namun demikian, implementasi prinsip perlindungan merek terkenal dalam sistem hukum nasional tetap memerlukan parameter yang jelas agar dapat diterapkan secara konsisten dalam praktik. Tanpa adanya parameter yang jelas, perlindungan terhadap merek terkenal berpotensi menimbulkan ketidakpastian hukum karena penilaian terhadap status merek terkenal dapat menjadi sangat bergantung pada interpretasi terhadap bukti yang diajukan dalam setiap perkara.

Oleh karena itu, konsep ideal limitasi merek terkenal dalam penelitian ini diarahkan pada upaya untuk merumuskan indikator yang lebih jelas dan lebih terukur dalam menentukan status merek terkenal, khususnya yang berkaitan dengan indikator pendaftaran merek di negara lain sebagaimana diatur dalam Pasal 36 huruf g Permen Hukum 5/2026.

Rumusan Pasal 36 huruf g menunjukkan bahwa reputasi internasional dapat menjadi indikator keterkenalan merek. Namun, ketentuan ini masih lemah karena tidak memberikan parameter yang jelas terkait jumlah negara maupun persebaran geografis sebagai ukuran reputasi tersebut.

Penelitian ini mengusulkan konsep ideal limitasi merek terkenal melalui indikator yang lebih konkret, yaitu pendaftaran merek di sedikitnya 10 negara yang tersebar di minimal 3 kawasan regional dunia. Parameter ini diharapkan memberikan pedoman yang lebih terukur sehingga penilaian status merek terkenal tidak lagi bergantung pada interpretasi subjektif.

Selain itu, pengaturan ini bertujuan menciptakan keseimbangan antara prinsip *first to file* dan perlindungan merek terkenal, dengan tetap menjaga kepastian administratif sekaligus mengakomodasi perlindungan terhadap merek yang memiliki reputasi internasional yang kuat.

### ***Rekonstruksi Norma Pasal 36 Huruf g Permen Hukum 5/2026***

Salah satu langkah strategis dalam mewujudkan konsep ideal limitasi merek terkenal adalah rekonstruksi Pasal 36 huruf g Permen Hukum 5/2026. Ketentuan tersebut saat ini hanya menyebut pendaftaran merek di negara lain sebagai indikator keterkenalan tanpa parameter yang jelas, sehingga berpotensi menimbulkan perbedaan interpretasi dalam praktik.

Dalam perspektif kepastian hukum Gustav Radbruch, norma seharusnya dirumuskan secara jelas agar tidak membuka ruang interpretasi yang berlebihan. Oleh karena itu, ketentuan tersebut perlu disempurnakan dengan indikator yang lebih konkret.

Penelitian ini mengusulkan perumusan ulang menjadi: "Pendaftaran merek di paling sedikit 10 (sepuluh) negara yang tersebar di paling sedikit 3 (tiga) kawasan regional dunia." Parameter ini diharapkan dapat memberikan ukuran yang lebih objektif dan konsisten dalam menilai reputasi internasional serta status merek terkenal.

### ***Rasionalitas Akademik Penetapan Parameter 10 Negara***

Penetapan parameter pendaftaran merek di sedikitnya sepuluh negara dalam penelitian ini tidak bersifat arbitrer (McCarthy, 2017); (Paul, 2017); (Wadlow, 2016), melainkan didasarkan pada karakteristik perdagangan internasional dan pola ekspansi merek global. Dalam praktiknya, perusahaan dengan reputasi internasional umumnya mendaftarkan merek di berbagai negara sebagai strategi perlindungan (McCarthy, 2017).

Jumlah sepuluh negara dinilai representatif untuk menunjukkan bahwa suatu merek telah melampaui pasar domestik, sekaligus mencerminkan upaya perlindungan yang aktif di berbagai yurisdiksi. Hal ini juga mengindikasikan keterlibatan merek dalam perdagangan internasional dengan dukungan strategi pemasaran dan jaringan distribusi yang luas.

Dengan demikian, parameter tersebut dapat digunakan sebagai indikator yang rasional dan terukur dalam menilai keberadaan reputasi internasional suatu merek.

### ***Rasionalitas Parameter 3 Kawasan Regional Dunia***

Selain parameter mengenai jumlah negara, penelitian ini juga mengusulkan adanya parameter mengenai persebaran geografis pendaftaran merek, yaitu pendaftaran merek di paling sedikit tiga kawasan regional dunia. Parameter ini memiliki arti penting karena reputasi merek dalam perdagangan internasional tidak hanya ditentukan oleh jumlah negara tempat merek tersebut didaftarkan, tetapi juga oleh jangkauan geografis penggunaan merek tersebut.

Apabila suatu merek hanya terdaftar di beberapa negara yang berada dalam satu kawasan geografis yang sama, maka reputasi merek tersebut mungkin masih terbatas pada kawasan tersebut. Sebaliknya, apabila suatu merek telah terdaftar di berbagai negara yang tersebar di berbagai kawasan dunia, maka hal tersebut menunjukkan bahwa merek tersebut memiliki reputasi yang lebih luas dalam perdagangan internasional.

Parameter mengenai tiga kawasan regional dunia bertujuan untuk memastikan bahwa reputasi merek tersebut tidak hanya bersifat regional, tetapi juga memiliki jangkauan yang lebih luas dalam perdagangan global.

### ***Model Konsep Ideal Limitasi Merek Terkenal dalam Sistem Hukum Merek Indonesia***

Perumusan konsep ideal limitasi merek terkenal dalam sistem hukum merek di Indonesia tidak hanya berkaitan dengan perbaikan terhadap rumusan norma dalam peraturan perundang-undangan, tetapi juga berkaitan dengan perumusan kerangka konseptual yang dapat menjadi pedoman dalam penerapan perlindungan terhadap merek terkenal. Konsep tersebut perlu dirumuskan secara komprehensif agar mampu menjawab berbagai kelemahan yang telah diidentifikasi dalam sistem hukum merek yang berlaku saat ini.

Dalam konteks ini, konsep ideal limitasi merek terkenal harus dibangun berdasarkan beberapa prinsip dasar yang menjadi landasan dalam sistem perlindungan merek (Radbruch, 1932); (Hadjon, 1987). Prinsip-prinsip tersebut antara

---

lain meliputi prinsip kepastian hukum, dan prinsip perlindungan hukum terhadap hak kekayaan intelektual.

Prinsip kepastian hukum menuntut agar pengaturan perlindungan merek terkenal dirumuskan secara jelas guna menghindari ambiguitas dan perbedaan interpretasi dalam penyelesaian sengketa. Di sisi lain, prinsip perlindungan hak kekayaan intelektual menegaskan bahwa hak atas merek sebagai hak eksklusif harus dilindungi negara, tidak hanya untuk kepentingan pemilik, tetapi juga untuk mendorong inovasi dan menjaga iklim usaha yang sehat (Damian, 2003).

Berdasarkan prinsip tersebut, konsep ideal limitasi merek terkenal dalam penelitian ini dirumuskan melalui tiga pendekatan utama, yaitu penetapan parameter ketenaran yang lebih jelas, penguatan mekanisme perlindungan dalam sistem pendaftaran, serta penyempurnaan mekanisme pembuktian dalam sengketa di Pengadilan Niaga (Margono, 2010).

Pendekatan pertama menekankan perlunya indikator yang lebih konkret, khususnya terkait pendaftaran merek di negara lain yang selama ini masih bersifat umum. Pendekatan kedua menitikberatkan pada pencegahan pendaftaran merek yang serupa dengan merek terkenal, termasuk terhadap praktik beritikad tidak baik. Sementara itu, pendekatan ketiga mengarah pada penyusunan pedoman pembuktian yang lebih jelas agar penilaian status merek terkenal dapat dilakukan secara objektif dan konsisten (Margono, 2010).

### *Integrasi Prinsip First to file dengan Pelindungan Merek Terkenal*

Sebagaimana telah diuraikan dalam pembahasan sebelumnya, sistem hukum merek di Indonesia menganut prinsip *first to file* (Miru, 2015) sebagai dasar dalam penentuan hak atas merek. Prinsip ini memberikan hak eksklusif kepada pihak yang pertama kali mendaftarkan merek tersebut pada otoritas yang berwenang.

Prinsip *first to file* memiliki peran yang sangat penting dalam menciptakan kepastian hukum dalam sistem pendaftaran merek. Dengan adanya sistem pendaftaran yang jelas, pelaku usaha dapat mengetahui dengan pasti siapa yang memiliki hak atas suatu merek tertentu.

Namun dalam konteks perlindungan terhadap merek terkenal, penerapan prinsip *first to file* secara kaku dapat menimbulkan berbagai permasalahan. Hal ini karena merek terkenal sering kali telah memiliki reputasi internasional sebelum didaftarkan di suatu negara tertentu. Dalam kondisi demikian, pihak lain dapat mendaftarkan merek yang memiliki persamaan dengan merek tersebut dan memperoleh hak eksklusif berdasarkan prinsip *first to file*.

Oleh karena itu, konsep ideal limitasi merek terkenal harus mampu menciptakan keseimbangan antara penerapan prinsip *first to file* dengan perlindungan terhadap merek terkenal. Keseimbangan tersebut dapat diwujudkan melalui mekanisme yang memungkinkan pengesampingan prinsip *first to file* dalam kondisi tertentu, khususnya apabila terbukti bahwa merek yang dipermasalahkan merupakan merek terkenal yang telah memiliki reputasi internasional.

Dengan demikian, integrasi antara prinsip *first to file* dan perlindungan terhadap merek terkenal harus dilakukan secara hati-hati agar tidak menghilangkan kepastian hukum dalam sistem pendaftaran merek, namun tetap memberikan perlindungan

---

yang memadai terhadap reputasi merek yang telah dikenal secara luas dalam perdagangan internasional.

### ***Model Pembuktian Status Merek Terkenal yang Ideal di Pengadilan Niaga***

Pembuktian status merek terkenal dalam sengketa di Pengadilan Niaga merupakan aspek krusial yang masih menghadapi kendala akibat belum adanya standar indikator yang jelas. Kondisi ini menyebabkan penilaian sering bergantung pada interpretasi hakim, sehingga menimbulkan ketidakpastian dalam praktik.

Untuk mengatasinya, diperlukan model pembuktian yang lebih sistematis (Gunawati, 2015); (World Intellectual Property Organization, 1999) dengan menetapkan indikator yang terukur. Indikator tersebut meliputi tingkat pengenalan merek di masyarakat, durasi penggunaan, jangkauan geografis, intensitas promosi, serta nilai ekonomi yang melekat pada merek. Kelima indikator ini mencerminkan reputasi merek baik secara domestik maupun internasional.

Dengan adanya indikator yang lebih terstruktur, proses pembuktian status merek terkenal diharapkan dapat dilakukan secara lebih objektif dan konsisten, sehingga meningkatkan kepastian hukum dalam penyelesaian sengketa (R. Djubaedillah, 2014).

### ***Reformulasi Sistem Pelindungan Merek Terkenal dalam Hukum Indonesia***

Berdasarkan berbagai analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa sistem pelindungan merek terkenal dalam hukum Indonesia masih memerlukan reformulasi agar mampu memberikan pelindungan yang lebih efektif terhadap pemilik merek terkenal.

Reformulasi tersebut tidak hanya berkaitan dengan perbaikan terhadap rumusan norma dalam peraturan perundang-undangan, tetapi juga berkaitan dengan penguatan mekanisme pelindungan terhadap merek terkenal dalam sistem pendaftaran merek serta penyelesaian sengketa merek.

Salah satu langkah penting dalam reformulasi tersebut adalah melalui penyempurnaan indikator mengenai pendaftaran merek di negara lain sebagai salah satu kriteria dalam menentukan ketenaran suatu merek. Dalam penelitian ini, indikator tersebut diusulkan untuk dirumuskan secara lebih jelas melalui parameter pendaftaran merek di paling sedikit sepuluh negara yang tersebar di paling sedikit tiga kawasan regional dunia.

Rumusan tersebut diharapkan dapat memberikan pedoman yang lebih jelas dalam menilai reputasi internasional suatu merek serta memperkuat pelindungan hukum terhadap pemilik merek terkenal dalam sistem hukum merek di Indonesia.

Dengan adanya pengaturan yang lebih jelas mengenai indikator merek terkenal, sistem pelindungan merek di Indonesia diharapkan dapat memberikan kepastian hukum yang lebih baik bagi para pelaku usaha serta mampu mencegah terjadinya penyalahgunaan merek terkenal oleh pihak lain.

### ***Rekonstruksi Norma Pasal 36 Huruf g Permen Hukum 5/2026 dalam Penentuan Limitasi Merek Terkenal***

Kejelasan parameter dalam menentukan reputasi internasional merupakan aspek penting dalam mewujudkan perlindungan hukum yang efektif bagi merek terkenal. Dalam hal ini, Pasal 36 huruf g Permen Hukum 5/2026 memiliki peran signifikan karena memasukkan pendaftaran merek di negara lain sebagai salah satu indikator keterkenalan.

Namun, ketentuan tersebut masih memiliki kelemahan karena tidak menetapkan parameter yang jelas terkait jumlah negara maupun persebaran geografis pendaftaran merek. Akibatnya, indikator tersebut berpotensi ditafsirkan secara berbeda dalam praktik, di mana jumlah pendaftaran yang sama dapat dinilai berbeda antarperkara.

Kondisi ini menimbulkan ketidakpastian hukum karena penilaian terhadap reputasi internasional menjadi bergantung pada interpretasi subjektif terhadap bukti yang diajukan. Oleh karena itu, diperlukan perumusan indikator yang lebih konkret agar penentuan status merek terkenal dapat dilakukan secara objektif dan konsisten.

Dalam perspektif teori kepastian hukum yang dikemukakan oleh Gustav Radbruch, (Radbruch, 1932) norma hukum seharusnya dirumuskan secara jelas agar dapat memberikan pedoman yang pasti bagi masyarakat dalam bertindak. Norma hukum yang dirumuskan secara terlalu umum berpotensi menimbulkan ketidakpastian hukum karena membuka ruang interpretasi yang terlalu luas dalam penerapannya. Oleh karena itu, rumusan norma dalam Pasal 36 huruf g Permen Hukum 5/2026 perlu dianalisis secara lebih mendalam untuk memastikan bahwa ketentuan tersebut dapat memberikan pedoman yang jelas dalam menilai reputasi internasional suatu merek.

Reputasi merek dalam perdagangan internasional tercermin dari keberhasilannya menembus berbagai pasar lintas negara, yang umumnya diikuti dengan pendaftaran merek sebagai strategi perlindungan hukum. Pendaftaran di berbagai negara bertujuan mencegah penggunaan tanpa izin serta menjaga eksklusivitas merek dalam kegiatan perdagangan.

Namun, indikator pendaftaran di negara lain perlu dirumuskan secara jelas agar dapat digunakan sebagai pedoman objektif dalam menilai keterkenalan merek. Tanpa batasan yang konkret, penilaian status merek terkenal berpotensi menjadi subjektif dan tidak konsisten.

Dalam penelitian ini, diusulkan parameter pendaftaran di sedikitnya sepuluh negara sebagai indikator keterkenalan. Jumlah tersebut dinilai representatif untuk menunjukkan bahwa merek telah melampaui pasar domestik dan mencerminkan upaya perlindungan yang aktif di berbagai yurisdiksi.

Selain itu, pendaftaran di sepuluh negara juga mengindikasikan keterlibatan dalam perdagangan internasional dengan dukungan strategi pemasaran dan jaringan distribusi yang luas, sehingga dapat digunakan sebagai ukuran rasional dalam menilai reputasi internasional suatu merek.

Namun indikator mengenai jumlah negara saja belum cukup untuk menunjukkan reputasi internasional suatu merek (W.I.P.O., 1999). Dalam konteks perdagangan global, reputasi suatu merek juga berkaitan dengan jangkauan geografis penggunaan merek tersebut. Apabila suatu merek hanya terdaftar di

beberapa negara yang berada dalam satu kawasan regional yang sama, maka reputasi merek tersebut kemungkinan masih terbatas pada kawasan tersebut.

Oleh karena itu, selain parameter mengenai jumlah negara, penelitian ini juga mengusulkan adanya parameter mengenai persebaran geografis pendaftaran merek, yaitu pendaftaran merek di paling sedikit tiga kawasan regional dunia. Parameter ini bertujuan untuk memastikan bahwa reputasi merek yang dijadikan dasar untuk memperoleh status merek terkenal benar-benar memiliki jangkauan internasional yang luas.

Dalam perdagangan internasional, dunia terbagi ke dalam berbagai kawasan regional dengan karakteristik pasar yang berbeda. Oleh karena itu, pendaftaran merek yang tersebar di beberapa kawasan menunjukkan reputasi internasional yang lebih kuat. Parameter persebaran geografis juga penting untuk mencegah penyalahgunaan status merek terkenal, karena tanpa memperhatikan distribusi wilayah, suatu merek dapat dianggap terkenal hanya berdasarkan pendaftaran di negara-negara dalam satu kawasan.

Kombinasi antara jumlah negara dan persebaran geografis memberikan indikator yang lebih objektif dalam menilai reputasi internasional, sekaligus menjadi pedoman bagi otoritas dan Pengadilan Niaga. Berdasarkan pertimbangan tersebut, penelitian ini mengusulkan rekonstruksi Pasal 36 huruf g Permen Hukum 5/2026 sebagai berikut: "Pendaftaran merek di paling sedikit 10 (sepuluh) negara yang tersebar di paling sedikit 3 (tiga) kawasan regional dunia."

Rumusan ini diharapkan meningkatkan objektivitas dan konsistensi penilaian status merek terkenal, sekaligus memperkuat perlindungan hukum bagi pemilik merek. Dengan indikator yang lebih jelas, pembuktian reputasi internasional menjadi lebih mudah dan kepastian hukum dalam sistem perlindungan merek di Indonesia dapat lebih terjamin.

## SIMPULAN

Pengaturan limitasi merek terkenal dalam hukum positif Indonesia masih menunjukkan kelemahan normatif yang berdampak pada belum optimalnya perlindungan hukum bagi pemilik merek terkenal. Meskipun pengakuan terhadap merek terkenal telah diakomodasi dalam UU Merek dan Permen Hukum 5/2026, pengaturannya belum memberikan parameter yang jelas mengenai reputasi internasional suatu merek. Ketidakjelasan ini terutama terlihat dalam Pasal 36 huruf g yang hanya menjadikan pendaftaran merek di negara lain sebagai indikator tanpa batasan jumlah negara maupun persebaran geografis. Akibatnya, ketentuan tersebut membuka ruang interpretasi yang luas dan berpotensi menimbulkan ketidakpastian hukum dalam penentuan status merek terkenal. Kondisi ini tercermin dalam praktik peradilan di Pengadilan Niaga, seperti dalam perkara Pierre Cardin, Colavita, dan Prolexus, yang menunjukkan bahwa perlindungan terhadap merek terkenal masih dibatasi oleh ketidakjelasan norma serta dominannya penerapan prinsip hukum seperti *first to file* dan batasan waktu gugatan.

Konsep ideal limitasi merek terkenal dalam mewujudkan perlindungan hukum perlu dirumuskan melalui penetapan parameter yang lebih jelas, terukur, dan aplikatif mengenai reputasi internasional suatu merek. Dalam penelitian ini,

konsep tersebut diwujudkan melalui rekonstruksi norma Pasal 36 huruf g Permen Hukum 5/2026 dengan memberikan indikator yang lebih konkret, yaitu pendaftaran merek di paling sedikit 10 (sepuluh) negara yang tersebar di paling sedikit 3 (tiga) kawasan regional dunia. Parameter ini dinilai lebih rasional karena mampu mencerminkan jangkauan penggunaan merek yang melampaui pasar domestik serta menunjukkan eksistensi dalam perdagangan internasional. Dengan adanya parameter yang lebih jelas tersebut, diharapkan penilaian status merek terkenal dapat dilakukan secara lebih objektif dan konsisten, sekaligus memperkuat efektivitas perlindungan hukum serta meningkatkan kepastian hukum dalam sistem hukum merek di Indonesia.

## DAFTAR RUJUKAN

- Damian, E., & dkk. (2003). *Hak Kekayaan Intelektual (Suatu Pengantar)*. Alumni.
- Gautama, S. (1993). *Hukum Merek Indonesia*. Citra Aditya Bakti.
- Gunawati, A. (2015). *Perlindungan merek terkenal barang dan jasa tidak sejenis terhadap persaingan usaha tidak sehat: telaah terhadap Undang-Undang no. 15 tahun 2001 Tentang Merek dan membangun hukum kekayaan intelektual bidang merek sebagai sarana pembangunan ekonomi nasional*. PT. Alumni.
- Hadjon, P. M. (1987). *Perlindungan Hukum bagi Rakyat di Indonesia*.
- Hura, Y. (2025). Penerapan Prinsip 'First to file System' sebagai Perlindungan Hukum terhadap Merek Terkenal dan Terdaftar Dikaitkan dengan Asas Itikad Tidak Baik dalam Pendaftaran Hak atas Merek di Indonesia. *Jurnal Surya Kencana Dua: Dinamika Masalah Hukum Dan Keadilan*, 12(2).
- Ibrahim, J. (2005). *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*. Bayumedia.
- Mahmud. (2016). Perlindungan Merek Terkenal (Well Known Mark) di Indonesia. *Jurnal Mitra Pembangunan Hukum*, 1(1).
- Margono, S. (2010). *Hukum Merek di Indonesia*. Kencana.
- McCarthy, J. T. (2017). McCarthy on Trademarks and Unfair Competition. In (No Title) (5th ed.).
- Miru, A. (2015). *Hukum Merek: Cara Mudah Mempelajari Undang-Undang Merek*. RajaGrafindo Persada.
- Paul, S. (2017). Thomson Reuters. St. Paul.
- Putusan Nomor 15/Pdt.Sus-Merek/2015/PN.Niaga Jkt.Pst. juncto Nomor 557 K/Pdt.Sus-HKI/2015. (2018).
- R. Djubaedillah, M. D. (2014a). *Hak Kekayaan Intelektual: Sejarah, Teori dan Praktiknya di Indonesia*. Citra Aditya Bakti.
- R. Djubaedillah, M. D. (2014b). *Hak Kekayaan Intelektual*. Citra Aditya Bakti.
- Radbruch, G. (1932). *Rechtsphilosophie*, Stuttgart: K.F. Koehler Verlag.
- Saidin, O. K. (2007). Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 343– 345.
- Saidin, O. K. (2021). *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. Rajawali Pers.
- W.I.P.O. (1999). *Joint Recommendation Concerning Provisions on the Protection of Well-Known Marks*.
- Wadlow, C. (2016). *The law of passing-off: Unfair competition by misrepresentation*. Sweet & Maxwell.

Wantu, F. M., & Hukum, K. (2011). *Keadilan dan Kemanfaatan*. Pustaka Pelajar.

World Intellectual Property Organization. (1883). *Paris Convention for the Protection of Industrial Property*. <https://www.wipo.int/portal/en/index.html>

World Intellectual Property Organization. (1999). *Joint Recommendation Concerning Provisions on the Protection of Well-Known*.

World Trade Organization. (1994). Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS). In *Article*. <https://www.wto.org>