

Pelanggaran Prinsip Itikad Baik dalam Sengketa Merek Internasional

Ruri Suci Mulasari, Budi Santoso, Irawati
Program Studi Magister Kenotariatan,
Fakultas Hukum, Universitas Diponegoro
Email : rurisuci29@gmail.com

Abstract

The analysis of the Supreme Court Decision Number:789 K/Pdt.Sus-HKI/2016 concerning Famous International Brand the urgency of the principle of good faith and Legal Effects on the Supreme Court Decision. This juridical normative research used a case approach as it conceptualized the law as written in legislation by analyzing the Supreme Court Decision. Based on the specification, this research is descriptive-analytical. It used secondary data. The Urgency of Good Faith Principle Based on the principle of First To File System, which describes only brands that have good faith and those registered have legal protection. In the case of the LOIS brand, a breach of good faith IS an act that deeply misleads the customer. Based on the evidence presented by PT Intigarmindo Persada before the trial, it was quite convincing that PT Intigarmindo Persada was the party entitled to the LOIS brand. Therefore, at the trial at the final stage, all the material for the lawsuit from PT Intigarmindo Persada was accepted by the Panel of Judges so that Agus Salim was declared defeated and had to bear all the consequences of his fraudulent acts.

Keywords: *violation; good faith; international famous brand*

Abstrak

Analisis Putusan Mahkamah Agung Nomor:789 K/Pdt.Sus-HKI/2016 tentang Pelanggaran Merek Internasional Terkenal, membahas mengenai Urgensi prinsip itikad baik dan Akibat Hukum. Jenis artikel yuridis normatif dengan pendekatan kasus, sebab artikel ini hendak mengkonsepsikan hukum sebagai apa yang tertulis dalam peraturan perundang-undangan dengan menganalisis Akibat Putusan Mahkamah Agung. Spesifikasi artikel ini adalah deskriptif analitis. Untuk jenis data yang digunakan dalam artikel ini adalah data sekunder. Urgensi Prinsip Itikad Baik Berdasarkan prinsip *First To File System*, yang menjelaskan hanya merek yang beritikad baik dan yang terdaftar memiliki perlindungan hukum. Dalam kasus merek LOIS, pelanggaran itikad baik ADALAH tindakan yang sangat menyesatkan pelanggan. Berdasar pada beberapa bukti yang dihadirkan PT Intigarmindo Persada dipersidangan telah cukup meyakinkan bahwa PT Intigarmindo Persada merupakan pihak yang berhak atas merek LOIS. Sehingga pada sidang tahap akhir, semua materi gugatan dari PT Intigarmindo Persada. diterima oleh Majelis Hakim dan Agus Salim dinyatakan kalah serta wajib menanggung seluruh konsekuensi dari tindak kecurangan yang dilakukannya.

Kata kunci : pelanggaran; itikad baik; merek terkenal internasional.

A. PENDAHULUAN

Kompetisi dalam sektor bisnis membutuhkan keunggulan yang unik dan berkarakter, yang menonjol untuk bisa menaikkan reputasi perusahaan. Suatu merek dalam investasi sendiri berperan sebagai simbol reputasi, dimana bisa mempromosikan produk dan mengangkat perusahaannya.

“The modern definition of trademark is that it is a word, name, symbol, or device, or combination therefor, used by person (including business entity), or that a person has a bona fide intention to use in commerce, to identify and distinguish his or her goods for manufactured or sold by others and indicate the source of those goods”.(Bouchoux, 2012)

Beberapa prinsip yang krusial dimana bisa dijadikan acuan terkait pendaftaran merek yakni diperlukan adanya *Good Faith* (itikad baik). *Good faith* merupakan salah satu prinsip perlindungan atas merek terdaftar di Indonesia. Prinsip itikad baik tidak hanya terjadi ketika permohonan pendaftaran merek menjadi sebuah *absolut grounds* (alasan absolut), akan tetapi itikad baik bisa juga menjadi landasan dalam gugatan pembatalan merek terkait keabsahan merek terdaftar. Itikad baik sendiri dalam hukum perdata tidak terdefinisikan dengan jelas Secara umum itikad baik dipaparkan pada Pasal 1338 ayat (3) BW (*Burgerlijk Wetboek*), yakni “para pihak wajib saling bertindak patut dan layak”.

Nieuwenhuis membagi itikad baik menjadi itikad baik objektif (Pasal 1338 BW) dan itikad baik subjektif (Pasal 1977 BW). Akan tetapi dalam pengaplikasian Pasal 1977 BW tercantum juga mengenai syarat dimaafkan, jika cacat itu tidak diketahui sebelumnya. *Black’s Law Dictionary* memberikan definisi komprehensif dari *good faith* yakni:

“a state of mind consisting in (1) absence of intent to defraud or to seek unconscionable advantage, (2) observance of reasonable commercial standards of fair dealing in a given trade or business, (3) faithfulness to one’s duty or obligation, (4) honest in belief or purpose” (Frey & Black, 1934).

Mantan ketua Mahkamah Agung Republik Indonesia, Wirjono Prodjodikoro menggunakan istilah “secara jujur” atau “dengan jujur”. Pelindungan merek bertujuan guna membedakan dan mengidentifikasi produk jasa dan/atau barang dari produsen satu dengan produsen lainnya. Merek yang dipakai wajib beritikad baik serta tidak sekedar mengadopsi merek tanpa penggunaan yang bisa dipercayai serta sekedar usaha dalam menahan pasar. Yurisprudensi Mahkamah Agung Republik Indonesia tanggal 16 Desember 1986 Nomor 220/PK/1996 terkait kasus dari Nike mempertimbangkan itikad baik yakni:

“warga *negara* Indonesia yang memproduksi berbagai barang buatan Indonesia harus mencantumkan nama merek yang dengan jelas menunjukkan identitas Indonesia serta menghindari dalam memakai merek yang mirip, atau melakukan penjiplakan terhadap merek asing, bahwa pendaftaran merek memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek orang lainnya yang terlebih dulu jelas adalah tindakan yang beritikad buruk yang bertujuan membonceng terhadap keterangan nama merek dagang dan nama perniagaan yang sudah terkenal”.(Jened, 2015)

Persaingan tidak jujur sesuai pemaparan dari Molengraf merupakan kejadian dimana individu menarik para langganan (orang lain) pada perusahaannya maupun untuk menambah omzet penjualan perusahaannya dengan memanfaatkan berbagai upaya yang berlawanan dengan kejujuran dan itikad baik dalam perdagangan.(Saidin, 2015)

Itikad tidak baik dalam pendaftaran merek yang tercantum di undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 terkait Merek dan Indikasi Geografis, tepatnya yakni pada Pasal 21 ayat (3) dimana disebutkan: “*Permohonan ditolak jika diajukan oleh Pemohon yang beritikad tidak baik*”. Maksud dari “Pemohon yang beritikad tidak baik” yakni Pemohon yang mana terkait pendaftaran Mereknya berniat mengikuti, menjiplak, atau meniru merek pihak lainnya guna kepentingan usaha yang dijalankannya, menyesatkan, mengecoh konsumen, serta memicu kondisi persaingan usaha yang tidak sehat. Misalnya, Permohonan Merek berwujud susunan warna, logo, lukisan, atau tulisan yang sama dengan Merek pihak lainnya maupun Merek yang sejak bertahun-tahun dikenal khalayak umum, dijiplak sedemikian rupa dimana menjadikannya sama dengan Merek yang telah dikenal tersebut.

Merek Terkenal ialah merek yang berreputasi tinggi. Kekuatan pancaran dari merek ini begitu menarik dan memukau, sehingga menjadikan jenis barang dengan merek tersebut langsung menimbulkan *mythical context* (ikatan mitos) dan *familiar* (sentuhan keakraban) pada seluruh lapisan konsumen (Sutedi, 2009). Jika sebuah perusahaan bisa berada pada tahapan dimana bisa membuat masyarakat luas mengenal merek tersebut, sehingga bisa menjadikan para kompetitor dengan *bad faith* untuk bersaing secara tidak sehat dengan upaya pemalsuan, pembajakan, hingga peniruan produk bermerek dengan maksud memperoleh untung dalam kurun waktu yang tidak lama.

Sebuah sengketa Merek Internasional yang terkenal dimana pernah ada di Indonesia yakni sengketa merek LOIS yang berasal dari Spanyol yang dinaungi perusahaan *Garmen Saez Moreno Group* yang sangat diperhitungkan menjadi merek Eropa, Kasus ini diawali dari temuan produk *NEW LOIS* dan *RED LOIS* di Toko Gerimis yang alamatnya ada di Lantai III, PGMATA, No.162-167, Blok

B, Pusat Grosir Metro Tanah Abang, Jakarta Pusat dengan kepemilikannya yakni Agus Salim dimana melakukan pencatutan merek dagang terkenal dengan itikad tidak baik, yakni LOIS. Sengketa ini dibawa kepada Pengadilan Niaga Jakarta Pusat serta diakhirnya PT Intigarmindo Persada tidak berhasil membatalkan merek *RED LOIS* dan *NEW LOIS* milik pengusaha lokal Agus Salim hingga pada akhirnya PT Intigarmindo Persada mengajukan Kasasi ke Mahkamah Agung, berikutnya Mahkamah Agung Memutuskan dengan Nomor 789K/Pdt.Sus-HKI/2016 dimana mengabulkan dan menerima gugatan PT Intigarmindo Persada secara keseluruhan.

Itikad baik mengacu pemaparan J. Satrio mencakup itikad baik *objektif* dan itikad baik *subjektif*. *Subjectief goeder trow* (Itikad baik subjektif) berhubungan dengan sesuatu yang terdapat dalam pikiran seseorang, yakni berhubungan dengan sikap batin apakah individu itu sadar bahwa kehendaknya tersebut berlawanan dengan itikad baik. Pengelompokkan itikad baik menjadi dua bentuk di atas sesuai pemaparan J. Satrio adalah rumus klasik dimana orientasinya yakni kepada kondisi mental berhubungan dengan *sincerely* (ketulusan) dan *dishonesty* (ketidakjujuran). Namun selama berkembangnya waktu, khususnya di bidang hukum bisnis, asas itikad tidak baik dikaitkan dengan *disloyalty* atau ketidakpatuhan serta ketidaksetiaan.(Pozen, 2016)

Bad faith sesuai pemaparan *Black's Law Dictionary*, yaitu:

“the opposite of good faith, generally implying or involving actual or constructive fraud, or a design to mislead or deceive another, or a neglect or refusal to fulfill some duty or some contractual obligation, not prompted by an honest mistake as to one's rights or duties, but by some interested or sinister motive” (Garner, 2014).

Setiap tindakan membonceng, membajak, mengkopi, mereproduksi, dan meniru merek orang lain disebut dengan tindakan memakai, menyesatkan, atau memalsukan merek orang lain tanpa hak dimana dalam perlindungan merek secara harmonisasi dikelompokkan menjadi persaingan curang) dan disebutkan sebagai tindakan melakukan pencarian kekayaan secara tidak jujur. Oleh karenanya Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual berperan krusial dalam memeriksa apakah terdapat itikad tidak baik yang menjadi motif atau mendorong pendaftaran itu sebelum menyetujui permohonannya. Beberapa model penegakan hukum terhadap pendaftaran merek dengan itikad meliputi : (a) Usaha pembatalan merek dijalankan melalui gugatan oleh pihak berkepentingan ke Pengadilan Niaga dengan batas waktu. Namun gugatan ini bisa diajukan dengan tidak ada batasan waktu apabila ada unsur itikad tidak baik; (b) Usaha penghapusan merek terdaftar oleh pemilik merek kepada Menteri

maupun bisa juga dilaksanakan prakarsa Menteri dan pihak ketiga yang terkait; (c) Apabila ditemukan persamaan pada pokoknya, maka penolakan merek sejak proses pendaftaran. Berdasar penjabaran tersebut, rumusan masalahnya yakni Urgensi prinsip itikad baik berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 dan Akibat Hukum Terhadap Putusan Mahkamah Agung Nomor 789 K/PDT.SUS-HKI/2016.

Mengingat artikel berfokus pada Sengketa Merek Internasional, sebagaimana sudah pernah dijelaskan oleh Charles Yeremia Far-Far di tahun 2014, artikel ini berfokus pada kajian keterkaitan prinsip itikad baik pada pembatalan merek berdasarkan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001.(Far-Far, 2014) Wilson Wijaya di tahun 2016, artikel ini berfokus pada kekuatan unsur itikad baik pada pelaksanaan merek terkenal di Indonesia berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016.(Wijaya, 2016), serta Dendy Wijaya Chandra di tahun 2012, artikel ini berfokus pada apakah merek terkenal asing yang tidak terdaftar di Indonesia dilindungi dan berapa lama jangka waktu pembatalan pendaftaran merek yang didaftarkan atas itikad tidak baik.(Chandra, 2012). Meskipun sama-sama menganalisis Putusan Mahkamah Agung atas sengketa Merek Internasional Terkenal, namun terdapat perbedaan pada putusan Mahkamah Agung yang dianalisa dan penulis menekankan analisa terhadap urgensi prinsip itikad baik berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 dan akibat hukum terhadap putusan Mahkamah Agung Nomor 789 K/PDT.SUS-HKI/2016.

B. METODE PENELITIAN

Artikel ini memanfaatkan jenis artikel yuridis normatif berupa pendekatan kasus, melalui analisis terhadap Putusan Mahkamah Agung Nomor 789 K/PDT.SUS-HKI/2016.(Soekanto & Mamudji, 2011) Spesifikasi berupa deskriptif analitis, jenis data artikel ini berupa data sekunder. Jenis data ini yakni data yang perolehannya secara tidak langsung bukan dari objek artikel namun lewat sumber lainnya. Terkait pengumpulannya, Peneliti memperoleh data yang dikumpulkan pihak lain dengan metode atau cara baik secara non komersial ataupun komersial. Contoh: peraturan, dokumen, koran, majalah, jurnal, buku-buku teks, perundangan, serta sebagainya.(Suteki & Taufani, 2020) Metode analisis data yang dimanfaatkan berupa metode analisis-kualitatif. Data hasil artikel selanjutnya dalam tahap analisis dilakukan pengolahan yang mana nantinya didapat didapat hasil artikel terkait Putusan Mahkamah Agung Nomor 789 K/PDT.SUS-HKI/2016 secara jelas.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Urgensi Prinsip Itikad Baik Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis

Merek terkenal berhak atas perlindungan hukum meskipun belum terdaftar di suatu negara mengacu pada hakikatnya perlindungan tersebut ditujukan terhadap *goodwill* atau reputasi yang melekat pada suatu merek karena upaya untuk menghasilkan *goodwill* tersebut yang sebenarnya secara hukum patut untuk dihargai. Pembatalan pendaftaran merek hanya dapat diajukan oleh pihak yang berkepentingan atau oleh pemilik merek, baik dalam bentuk permohonan kepada Menteri atau gugatan kepada Pengadilan Niaga, dengan dasar alasan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 20 dan Pasal 21 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang mengatur mengenai merek yang tidak dapat didaftarkan dan merek yang ditolak pendaftarannya. Gugatan pembatalan pendaftaran Merek hanya dapat diajukan dalam jangka waktu 5 (lima) tahun dihitung sejak tanggal pendaftaran Merek. Namun Gugatan pembatalan dapat diajukan tanpa batas waktu jika terdapat unsur itikad tidak baik dan/atau Merek yang bersangkutan bertentangan dengan ideologi negara, peraturan Perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan, dan ketertiban umum. Perlindungan Merek Internasional terkenal di Indonesia diatur di dalam Pasal 20, Pasal 21 Ayat (1) huruf b dan c, Pasal 21 Ayat (2) dan Ayat (3), Pasal 52, Pasal 76, Pasal 83 Ayat (1) dan Ayat (2) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016.

Mengacu pada Pasal 21 Ayat (3) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 perihal itikad tidak baik, yang sebelumnya diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek terhadap Merek NEWLOIS dan REDLOIS milik Termohon Kasasi/dahulu Tergugat terbukti dilakukan dengan itikad tidak baik karena dilandasi dengan niat membonceng dan meniru ketenaran Merek terkenal LOIS demi kepentingan usahanya, yang berakibat pada kerugian pada pihak Pemohon Kasasi dan menimbulkan penyesatan konsumen karena konsumen akan menyangka bahwa produk Termohon Kasasi/dahulu Tergugat adalah produk yang dihasilkan oleh Pemohon Kasasi. Penyesatan Konsumen dapat diketahui melalui :

1. Penyesatan melalui penglihatan, terjadi karena adanya kesamaan atau kemiripan dari merek yang bersangkutan.
2. Penyesatan melalui pendengaran, sering terjadi karena bagi konsumen yang hanya mendengar atau mengetahui suatu produk dari pemberitahuan orang lain.

3. Penyesatan karena produsen, penyesatan ini terjadi karena masyarakat konsumen telah mengetahui dengan baik suatu produk, kemudian menemukan produk yang mirip atau menyerupai merek yang ia kenal dan menyangka bahwa produk tersebut mempunyai hubungan.

a. Kasus Posisi

Sebuah sengketa Merek Internasional yang terkenal dimana pernah ada di Indonesia yakni sengketa merek LOIS yang berasal dari Spanyol yang dinaungi perusahaan *Garmen Saez Moreno Group* yang sangat diperhitungkan menjadi merek Eropa, sampai ke Perancis dan Inggris. Melalui kedua negara inilah LOIS memberi bukti bahwa produknya berkualitas sebagai *jeans* Eropa yang tidak kalah saing dari produk Amerika. Terkait sengketa merek LOIS ini, pendaftaran gugatan ke Pengadilannya diajukan oleh PT Intigarmino Persada yang mana merupakan penerima lisensi resmi dari LOIS TRADE MARK-CONSULTORES E SERVICOS S.A. Berdasar pada surat *Power Attorney* dari *CONSULTORES E SERVICOS S.A.* pada 24 Januari 2012, pemegang kuasa dari pihak *CONSULTORES E SERVICOS S.A.*, serta *Trademark License Agreement* tanggal 1 Juni 2013. Kasus ini diawali dari temuan produk *NEW LOIS* dan *RED LOIS* di Toko Gerimis yang alamatnya ada di Lantai III, PGMATA, No.162-167, Blok B, Pusat Grosir Metro Tanah Abang, Jakarta Pusat dengan kepemilikannya yakni Agus Salim dimana melakukan pencatutan merek dagang terkenal, yakni LOIS. Penggugat melaporkan pada Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual terkait dugaan tindak pidana merek seperti dalam Surat Tanda Terima Laporan No. HI-07.03.16.02.09 pada 20 April 2015 serta sudah memberikan barang buktinya yang sudah diuraikan dalam Tanda Penerimaan Barang Bukti No. HI-7.03.10.02.09 pada 20 April 2015. Penggugat mengajukan permohonan pada 12 Mei 2003 dengan tanggal pendaftaran merek 08 November 2004 dengan Nomor IDM000020831 dan Nomor Permohonan Merek D00-2003-11793-11849. Lisensi yakni izin dari pemilik merek terdaftar pada pihak lainnya lewat sebuah perjanjian berdasar pada pemberian hak serta tidak pada pengalihan hak guna memanfaatkan merek itu, baik sebagian maupun semua jenis jasa maupun barang yang didaftarkan dalam suatu syarat serta jangka waktu.(Mujiyono & Feriyanto, 2017) Perjanjian Lisensi yang kerap dijalankan yakni terhadap merek terkenal, dimana alasannya merek terkenal banyak mempunyai kelebihan (Sujatmiko, 2020).

Tanggal 05 Juni 2003, merek *NEW LOIS* milik tergugat mengajukan permohonan dengan tanggal pendaftaran merek 28 Juli 2005 dengan Nomor IDM00043020 dan Nomor Permohonan Merek D00-2003-13880-14004. Tanggal 05 Juni 2003, merek *RED LOIS* milik tergugat mengajukan permohonan dengan tanggal pendaftaran merek 28 Juli 2005 dengan Nomor IDM00043021 dan Nomor Permohonan Merek D00-2003-13880-14005. Sengketa ini dibawa kepada Pengadilan Niaga Jakarta Pusat serta diakhirnya PT Intigarmindo Persada tidak berhasil membatalkan merek *RED LOIS* dan *NEW LOIS* dari Agus Salim. Penggugat kemudian melaksanakan pengajuan kasasi pada Mahkamah Agung.

Majelis Hakim kemudian memberikan pertimbangan berhubungan dengan berbagai hal yang menjadi pokok masalah yang dipersengketakan oleh kedua belah pihak, yaitu sebagai berikut :

Menimbang, bahwa berdasar pada bukti P-53, maka bisa dibuktikan bahwa Pemohon Kasasi/dahulu penggugat adalah pihak yang berkepentingan dalam *perkara a quo*, dan sekaligus sebagai Penerima/Pemegang Lisensi yang telah mengadakan perjanjian kerjasama dengan *LOIS TRADE MARK CO., LTD. (LOIS TRADE MARK-CONSULTORES E SERVICOS S.A)* sejak tanggal 28 Mei 1993, berdasarkan *Technical Assistance Agreement, 28th day of May 1993*.

Menimbang, bahwa berdasar pada bukti P-1 hingga P-52, merek LOIS sudah terdaftar dalam Daftar Merek di banyak negara-negara di dunia, Merek LOIS telah sejak sangat lama diperdagangkan/diedarkan di Indonesia, serta masyarakat luas telah memiliki pengetahuan terkait merek LOIS yang bereputasi tinggi yang dihasilkan dari promosi merek LOIS serta telah diakui dunia. Kemudian, berdasarkan ketentuan Pasal 16 Ayat (2) *TRIPs* yang menegaskan bahwa sifat keterkenalan sebuah merek mencakup kriteria, yakni “melalui memerhatikan faktor pengetahuan terkait merek dalam masyarakat, dimana mencakup pengetahuan negara peserta mengenai kondisi merek tersebut, diperolehnya melalui promosi” maka merek *LOIS* milik Pemohon Kasasi/dahulu penggugat adalah dikualifikasikan sebagai Merek Terkenal.

Menimbang, bahwa antara Merek *LOIS* milik Pemohon Kasasi/dahulu Penggugat dengan Merek *NEW LOIS* dan Merek *RED LOIS* milik Termohon Kasasi/dahulu Tergugat memiliki kesamaan pada pokoknya pada kata “*LOIS*” yang terdiri dari dari susunan huruf L, O, I, S. Berdasarkan ketentuan Yurisprudensi tetap Mahkamah Agung RI Nomor 279PK/Pdt/1992 tanggal 6 Januari 1998 dapat dipahami bahwa pengertian “persamaan pada pokoknya” tidak

semata hanya didasarkan pada bentuk tulisan, akan tetapi dapat pula didasarkan pada persamaan-persamaan lain. Pasal 6 Ayat 1 huruf a Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 terkait Merek, memaparkan “persamaan pada pokoknya yakni kemiripan sebab terdapatnya beberapa unsur yang menonjol anatar suatu Merek, dimana bisa menciptakan kesan terdapatnya persamaan baik terkait cara penulisan, cara penempatan, bentuk, maupun penggabungan antara bunyi ucapan maupun unsur-unsur dalam beberapa merek tersebut.

Sesuai dengan doktrin persamaan identik serta doktrin persamaan menyeluruh yang bersesuaian dengan keterangan Ahli Dr. Suyud Margono, S.H., M.Hum yang diajukan oleh Penggugat dan keterangan Ahli Sumardi Partoredjo, S.H., M.H yang diajukan oleh Tergugat, dipersidangan tegas menerangkan bahwa “Apabila terdapat bunyi antara 2 (dua) merek, misalnya Merek Badu dan Merek neoBadu, maka hal itu berarti antara dua merek ini terdapat persamaan pada pokoknya”. Merek REDLOIS dan Merek NEWLOIS milik Termohon Kasasi/dahulu Tergugat memiliki persamaan bunyi (*similarity of sound*) dan persamaan ucapan (*phonetic similarity*) dengan Merek LOIS milik Pemohon Kasasi/dahulu penggugat, sehingga dengan demikian pendaftaran Merek REDLOIS dan Merek NEWLOIS seharusnya ditolak oleh Direktorat Merek.

Menimbang, bahwa berdasar pada uraian Pasal 4 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 terkait Merek, pendaftaran merek REDLOIS dan Merek NEWLOIS milik Termohon Kasasi/dahulu Tergugat terbukti dijalankan dengan itikad tidak baik sebab dilandasi dengan niat membonceng dan melakukan peniruan terkait ketenaran Merek terkenal LOIS untuk kepentingan usaha yang dijalankannya, dimana berdampak pada kerugian pada pihak Pemohon Kasasi dan menimbulkan penyesatan konsumen sebab konsumen cenderung menyangka bahwa produk Termohon Kasasi/dahulu Tergugat yakni produk yang dihasilkan oleh Pemohon Kasasi. Penyesatan Konsumen dapat diketahui melalui :

1. Penyesatan melalui penglihatan, muncul sebab adanya kemiripan atau kesamaan dari suatu merek.
2. Penyesatan melalui pendengaran, kerap muncul karena bagi konsumen yang sebatas mengetahui atau mendengar sebuah produk dari orang lain.
3. Penyesatan karena produsen, terjadinya penyesatan tersebut sebab konsumen sudah memahami dengan baik mut sebuah produk, selanjutnya mencari produk yang menyerupai

atau yang mirip dengan merek yang dikenal dan menyangka bahwa produk tersebut mempunyai hubungan.

Menimbang, bahwa berdasar pada ketentuan Pasal 69 Ayat (2) Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001, pengajuan gugatan pembatalan bisa dilakukan dengan tidak adanya batasan waktu jika merek tersebut bertentangan dengan ketertiban umum, kesusilaan, dan moralitas agama. Ketertiban umum yang dimaksud yakni terjadinya itikad tidak baik. Oleh karena Merek REDLOIS dan Merek NEWLOIS terbukti didaftarkan dengan itikad tidak baik, maka walaupun gugatan pembatalan Merek REDLOIS dan NEWLOIS baru diajukan Pemohon Kasasi/dahulu Penggugat dalam jangka waktu melebihi atau lewat 5 (lima) tahun atau dengan kata lain setelah selang waktu 10 (sepuluh) tahun Termohon Kasasi/dahulu Tergugat mendaftarkan mereknya, maka gugatan Pemohon Kasasi bukanlah gugatan yang kadaluarsa.

Menimbang, oleh karena Merek REDLOIS dan Merek NEWLOIS milik Termohon Kasasi didaftarkan atas itikad tidak baik, maka Merek REDLOIS dan Merek NEWLOIS beralasan hukum untuk dicoret atau dibatalkan pendaftarannya, dan sesuai ketentuan Pasal 70 Ayat (2) dan Ayat (3) Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 kepada Ditjen Merek diperintahkan untuk menghapus pendaftaran Merek REDLOIS dan Merek NEWLOIS atas nama Termohon Kasasi dalam Berita Resmi Merek.

Berdasar pada beberapa pertimbangan di atas, maka permohonan kasasi dari Pemohon Kasasi cukup memiliki alasan hukum untuk seluruhnya dikabulkan. Oleh karenanya permohonan kasasi dikabulkan, maka Putusan Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat Nomor 04/Pdt.Sus/Merek/2016/PN Niaga Jkt.Pst, tanggal 31 Mei 2016 dibatalkan, dan memberikan hukuman pada Termohon Kasasi/dahulu Tergugat untuk melakukan pembayaran biaya perkara untuk seluruh tingkat peradilan, dimana pada tingkat kasasi yakni senilai lima juta rupiah (Rp.5000.000,00).

Berdasar pada pemaparan tersebut, bisa diketahui bahwa dalam proses penyelesaian sengketa merek antara Merek *RED LOIS* dan Merek *LOIS* dan Merek *NEW LOIS* oleh Mahkamah Agung permohonan kasasi dari Pemohon Kasasi dikabulkan seluruhnya oleh Majelis Hakim. Hal ini berarti bahwa gugatan dimenangkan oleh pihak Pemohon Kasasi (PT. Intigarmindo Persada). Majelis Hakim beralasan bahwa Agus Salim sebagai Termohon Kasasi terbukti melakukan pendaftaran terhadap merek yang pada pokoknya memiliki kesamaan dengan Merek *LOIS* dimana merupakan merek Internasional Terkenal dari Pemohon Kasasi

untuk barang sejenis. Selain itu, Termohon Kasasi terbukti melakukan pendaftaran mereknya dengan itikad tidak baik sebab telah melakukan peniruan terhadap merek Internasional Terkenal dari Pemohon Kasasi.

Secara umum, dapat dilihat bahwa proses persidangan perkara gugatan pembatalan Merek *RED LOIS* dan Merek *NEW LOIS* di Mahkamah Agung telah memenuhi ketentuan-ketentuan Pasal 68 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001. Berdasarkan pada ketentuan pasal 4 Undang-undang tersebut, seperti tempat pengajuan gugatan yang dimana terkait Tergugat atau Penggugat yang tinggalnya ada di luar Republik Indonesia, maka pengajuan gugatannya pada Pengadilan Niaga Jakarta Pusat.

Selanjutnya berdasar pada ketentuan Pasal 163 HIR/Pasal 283 RBg/Pasal 1865 KUH Perdata, penggugat yang menuntut semua hak, maka harus memberi bukti terkait terdapatnya hak maupun kondisi yang memicu hak itu, sementara Tergugat yang membantah hak individu lainnya harus membuktikan kejadian yang membantah atau menghapuskan hak Penggugat. Berdasarkan pasal itu, bisa diketahui bahwa para pihak telah mengajukan berbagai bukti berwujud alat bukti tertulis (alat bukti surat). Bukti tersebut berupa fotokopi surat-surat yang sudah dilegalisir serta sudah dibubuhi materai secukupnya. Bukti-bukti tersebut telah sesuai dan mempunyai kualitas sebagai alat bukti karena semua alat bukti yang diajukan telah disesuaikan dengan aslinya dan tidak adanya keberatan dari para pihak yang bersengketa atas keabsahan saranan bukti yang diajukan, sehingga Majelis Hakim dalam persidangan wajib untuk menjadikannya sebagai dasar atau pertimbangan untuk mengambil keputusan.

Berdasar pada ketentuan Pasal 80 Ayat (8) Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001, putusan atas gugatan pembatalan pendaftaran merek wajib diputuskan paling lambat sembilan puluh hari sesudah pendaftaran gugatan serta bisa diperpanjang dengan waktu terlama yakni sembilan puluh hari dengan persetujuan dari Ketua Mahkamah Agung. Selain itu, sesuai dengan ketentuan perundangan tersebut, Pasal 13 Undang-Undang Nomor 48 Tahun 2009 terkait Kekuasaan Kehakiman disebutkan bahwa segala keputusan pengadilan sebatas sah serta berkekuatan hukum jika diucapkan pada sidang terbuka untuk umum.

Bahwa untuk itu, perlu diketahui tentang masa pengucapan pembatalan Merek *RED LOIS* dan Merek *NEW LOIS* milih Termohon Kasasi/dahulu Tergugat telah selaras akan ketentuan Pasal 80 Ayat (8) Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 yakni selama jangka waktu sembilan puluh hari. Selain hal tersebut, putusan juga sudah diuraikan dalam sidang terbuka untuk umum

yang tepatnya terjadi pada Rabu, tanggal 21 September 2016 oleh H. Hamdi, S.H., M.Hum., dengan Ketua Mahkamah Agung yang menetapkan Hakim Agung sebagai Ketua Majelis, Sudrajad Dimiyati, S.H., M.H., dan I Gusti Agung Sumantha, S.H., M.H., Beberapa Hakim Agung, semuanya sebagai Anggota putusan tersebut pada hari itu juga diuraikan pada sidang terbuka untuk umum oleh Ketua dengan dihadiri oleh Endang Wahyu Utami, S.H., M.H., Hakim-Hakim Anggota tersebut dan, Panitera pengganti dengan tidak dihadiri para pihak. Berkenaan dengan pertimbangan serta penerapan hukum dalam Putusan Nomor 789K/Pdt.Sus-HKI/2016, Majelis Hakim memberikan pertimbangan-pertimbangan yaitu :

1. Pertimbangan tentang duduk perkara, dengan berdasarkan pada apa yang dituntut oleh Pemohon Kasasi, jawaban dari para pihak yang bersengketa serta fakta-fakta hukum yang terjadi dimana sudah dibuktikan para pihak yang bersengketa dengan mengajukan bukti-bukti di persidangan.
2. Pertimbangan tentang hukum, dengan berdasarkan pada Pasal 4 jo Pasal 6 Ayat (1) huruf a dan b serta Ayat 3 huruf a Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 , pasal 68, pasal 69, pasal 70 Ayat (2) dan Ayat (3) Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001, serta yurisprudensi-yurisprudensi yang ada.

b. Prinsip Itikad Baik sebagai Perlindungan Merek Internasional Terkenal

Dalam berbagai sistem hukum, prinsip itikad baik telah diterima sebagai prinsip umum. Prinsip krusial dimana menjadi pedoman berkaitan dengan pendaftaran merek yakni perlu adanya *good faith* (itikad baik) dari pendaftar. Berhubungan dengan itikad tidak baik, berdasar pada Undang-Undang Merek dengan asas *First To File System* dimana memaparkan hanya merek yang beritikad baik serta yang didaftarkan yang memperoleh perlindungan hukum. Pemohon yang beritikad baik yakni mereka yang mendaftarkan merek yang dimilikinya dengan jujur, layak dengan tidak terdapat niat apapun untuk menjiplak, melakukan peniruan, maupun membonceng ketenaran merek dari pihak lainnya guna kepentingan usaha yang dilakukannya dimana berdampak terhadap pihak lainnya tersebut maupun memicu tindakan menyesatkan konsumen, mengecoh, hingga persaingan curang.

Jika ditelaah dengan seksama, *First To File System* pada hakikatnya membuka kesempatan munculnya pembajakan merek khususnya merek dagang dari pihak asing. Maknanya, pendaftar beritikad buruk (*bad applicant*) banyak mendaftarkan berbagai merek terkenal. Contohnya, merek Guchi yang mendompleng merek Gucci yang asalnya dari Italia,

merek Koyo berlogo kelaher vs merek Koyo asal Jepang, merek Ikea 168 vs Ikea yang asalnya dari Belanda, Ferrari Indonesia vs Seba dan Ferarri asal Italia vs merek Sebarmed asal Jerman. Pengadilan pada akhirnya melaksanakan pembatalan terhadap merek pengusaha lokal dimana diduga membonceng ketenaran merek tertentu.(Yanto, 2019).

Pengusaha yang beritikad tidak baik terkait kompetisi tidak jujur berbentuk ikhtiar-ikhtiar atau upaya-upaya memanfaatkan merek dengan melakukan peniruan terhadap merek terkenal sehingga merek tersebut secara pokok sama dengan merek jasa atau barang yang terkenal dimana tujuannya yakni menciptakan kesan pada masyarakat, seolah-olah jasa atau barang yang diproduksi tersebut sama dengan jasa atau barang yang terkenal tersebut. Dalam kasus merek LOIS sebagaimana telah disinggung sebelumnya. Pelanggaran itikad baik yang terindikasi dijalankan oleh Agus Salim (seorang pengusaha Indonesia) dengan mendaftarkan merek RED LOIS dan NEW LOIS yang serupa dan variannya dengan merek LOIS dari PT Intigarmindo Persada yang mana sudah jelas merek terkenal internasional. Penulis berpemikiran bahwa tindakan tersebut sangat menyesatkan pelanggan. Agus Salim sendiri sebagai pengusaha dari Indonesia tidak sepatutnya memakai kata LOIS untuk barang yang diperdagangkannya. Pasal 21 ayat (3) dinyatakan : “*Permohonan ditolak jika diajukan oleh Pemohon yang beritikad tidak baik*”, pada kenyataannya adalah perilaku kecurangan untuk membonceng merek yang telah banyak dikenal khalayak umum, sehingga dengan memakai merek tersebut, sebuah produk turut menjadi dikenal khalayak umum.

Tindakan tersebut tentunya tidak selaras dengan etika intelektual yang sudah diatur dalam perundang-undangan. Sebuah hasil karya orang lain tidak bisa begitu saja ditiru, namun wajib dengan izin pemiliknya terlebih dulu. Agus Salim mutlak ingin membonceng ketenaran merek LOIS. Tindakan Agus Salim ini termasuk dalam *unfair competition* (persaingan tidak jujur). Umumnya persaingan itu sesuatu yang baik, karena bisa memicu pengusaha untuk memperlancar produksi dalam dunia perdagangan, menaikkan kualitas/mutu barang, meningkatkan hasil produksi, yang mana bukan sebatas membawa produsen/pengusaha pada keuntungan, namun juga menjadikan negara, bangsa, masyarakat, dan konsumen turut diuntungkan. Namun apabila persaingan tersebut telah sampai di sebuah kondisi, di mana satu pengusaha berupaya menjatuhkan pengusaha lainnya guna keuntungan pribadinya dengan tidak memikirkan kerugian yang diderita pihak yang dijatuhkan tersebut, ini merupakan sebuah titik yang mengarah kepada pelanggaran hukum. Akan tetapi persaingan tidak jujur

dari Agus Salim atas merek LOIS yang menjadi pemicunya yakni ingin memperoleh untung pribadi tanpa bersusah payah dengan berusaha bertindak memalsukan atau meniru beberapa merek yang khalayak umum telah mengenalnya dengan mengesampingkan berbagai hak dari individu lain dimana hak-hak tersebut sebelumnya sudah dilindungi. Hal tersebut tentu saja merusak perekonomian dalam skala lokal ataupun nasional. Sehingga, tindakan Agus Salim ini secara tegas harus ditindaklanjuti lewat jalur hukum seperti yang PT Intigarmindo Persada lakukan yakni mengajukan gugatan pembatalan atas terdaftarnya merek RED LOIS dan NEW LOIS Milik Agus Salim di Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual cq. Direktorat Merek.

Pihak yang berkepentingan bisa melakukan pengajuan gugatan pembatalan kepemilikan merek terdaftar lewat Pengadilan Niaga. Alasan pengajuan gugatan tersebut dengan mendasarkan pada ketentuan pasal 20 dan/atau pasal 21 Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis. Jangka waktu pengajuan gugatan pembatalan tersebut yakni lima tahun dimana perhitungannya dimulai dari tanggal pendaftaran merek. Akan tetapi, gugatan pembatalan bisa diajukan dengan tidak adanya batasan apabila terdapat unsur itikad tidak baik maupun merek itu berlawanan dengan ketertiban umum, kesusilaan, agama, moralitas, peraturan perundang-undangan, dan ideologi negara. Bisa diajukan kasasi atas putusan Pengadilan Niaga terkait gugatan pembatalan tersebut. Ketentuan mengenai pembatalan merek terdaftar tersebut di atur dalam Pasal 76 hingga 79 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 terkait Merek dan Indikasi Geografis. (Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum & HAM RI, 2019)

2. Akibat Hukum Terhadap Putusan Mahkamah Agung atas Sengketa Merek LOIS Vs. NEWLOIS & REDLOIS

Gugatan pembatalan oleh PT Intigarmindo Persada tersebut telah selaras akan Pasal 68 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 terkait Merek dan Indikasi Geografis. (Pemerintah Republik Indonesia, 2016) serta juga sudah selaras akan Yurisprudensi Mahkamah Agung Republik Indonesia No.150 K/Pdt/1984 dimana memaparkan: “terhadap pemakai/pendaftaran merek yang sama, baik tulisan ataupun hurufnya sama dengan merek milik orang lain disebut dengan pendaftar yang beritikad tidak baik”. Sehingga keputusan Majelis Hakim pada sidang Kasasi sangat tepat, dimana menguraikan:

a. Merek NEWLOIS Daftar Nomor IDM000043020 dan REDLOIS Daftar Nomor

- IDM000043021 milik Tergugat pada pokoknya memiliki kesamaan dengan Merek terkenal LOIS Daftar Nomor IDM00002083 milik Penggugat sebagai penerima lisensi dan kuasa dari pihak *LOIS TRADE MARK-CONSULTORES E SERVICOS S.A.*;
- b. Pendaftaran Merek *NEW LOIS* oleh Tergugat Daftar Nomor IDM000043020 pada Turut Tergugat didasari itikad tidak baik serta niat melakukan peniruan terhadap Merek *LOIS* milik Penggugat yang mana adalah penerima lisensi dan kuasa dari pihak *LOIS TRADE MARK-CONSULTORES E SERVICOS S.A.*;
 - c. Melaksanakan pembatalan Pendaftaran Merek *NEW LOIS* Daftar Nomor IDM000043020 atas nama Tergugat dari Daftar Umum Direktorat Merek dengan seluruh konsekuensi hukum yang ada;
 - d. Pendaftaran Merek *REDLOIS* oleh Tergugat Daftar Nomor IDM000043021 pada Turut Tergugat didasari itikad tidak baik serta niat melakukan peniruan terhadap Merek *LOIS* milik Penggugat yang mana adalah penerima lisensi dan kuasa dari pihak *LOIS TRADE MARK-CONSULTORES E SERVICOS S.A.*;
 - e. Membatalkan pendaftaran Merek *REDLOIS* Daftar Nomor IDM000043021 atas nama Tergugat dari Daftar Umum Direktorat Merek dengan seluruh konsekuensi hukum yang ada.
 - f. Memberi perintah pada Panitera Pengadilan Niaga guna menyampaikan salinan putusan tersebut pada Turut Tergugat guna pelaksanaan putusan ini dengan menyesuaikan ketentuan Pasal 70 UU No. 15 Tahun 2001 terkait Merek;
 - g. Memberi perintah pada Turut Tergugat untuk taat serta tunduk terhadap putusan Pengadilan dalam perkara tersebut dengan membatalkan pendaftaran Merek *NEWLOIS* Daftar Nomor IDM000043020 dan *REDLOIS* Daftar Nomor IDM000043021 milik Tergugat dengan caranya yakni melakukan pencoretan terhadap Pendaftaran Merek ini dari dalam Daftar Umum Merek serta menguraikan pengumuman akan hal tersebut dalam Berita Resmi Merek dengan menyesuaikan ketentuan Undang-Undang Merek;
 - h. Menyatakan Tergugat sudah berbuat dengan melawan hukum dimana menjadikan Penggugat rugi;
 - i. Menghukum Tergugat/Termohon Kasasi guna melakukan pembayaran biaya perkara di seluruh tingkat peradilan, dimana pada tingkat kasasi senilai lima juta rupiah (Rp5.000.000,00);

Walaupun dalam proses persidangan sebelumnya, yakni PT Intigarmindo Persada dinyatakan kalah akan tetapi kekalahan PT Intigarmindo Persada ini cenderung lebih karena kesalahan teknis, semacam gugatan dirasa kabur. Serta tidak berkaitan langsung dengan materi gugatan. Sebab berdasar pada sluruh bukti yang dibawa oleh PT Intigarmindo Persada dalam persidangan telah cukup memberikan keyakinan bahwa PT Intigarmindo Persada merupakan pihak yang berhak atas merek LOIS. Sehingga di tahap akhir persidangan, semua materi gugatan dari PT Intigarmindo Persada. diterima oleh Majelis Hakim dan menyatakan bahwa Agus Salim kalah serta wajib menanggung seluruh konsekuensi dari tindak kecurangannya.

D. SIMPULAN

Urgensi Prinsip Itikad Baik Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 dengan asas *First To File System* dimana memaparkan hanya merek yang beritikad baik serta yang didaftarkan yang memperoleh perlindungan hukum. Dalam kasus merek LOIS, pelanggaran itikad baik yang terindikasi dijalankan oleh Agus Salim dengan mendaftarkan merek RED LOIS dan NEW LOIS yang serupa dan variannya dengan merek LOIS dari PT Intigarmindo Persada yang mana sudah jelas merek terkenal internasional. Penulis berpemikiran bahwa tindakan tersebut sangat menyesatkan pelanggan. Agus Salim tidak sepatutnya memakai kata LOIS untuk barang yang diperdagangkannya. Tindakan tersebut tentunya tidak selaras dengan etika intelektual yang sudah diatur dalam perundang-undangan. Pertimbangan Hakim pada Putusan Nomor 789 K/Pdt.Sus-HKI/2016 yakni merek dari Termohon Kasasi pada pokoknya memiliki kesamaan dengan merek pemegang lisensi dari Pemohon Kasasi. Termohon Kasasi sudah mengaku atas segala kesalahan yang diperbuat bahwa sudah memperdagangkan, memproduksi, serta memalsukan produk REDLOIS serta NEWLOIS yang mana sama dengan produk LOIS dari Pemohon Kasasi. Berbagai hal ini digolongkan sebagai Pelanggaran Prinsip Itikad Baik.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Bouchoux, D. E. (2012). *Intellectual Property The Law of Trademarks, Copyrights, Patens and Trade Secrets* (Fourth). New York: Delmar Cengange Learning.
- Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum&HAM RI. (2019). *Modul Kekayaan Intelektual Bidang Merek dan Indikasi Geografis*. Jakarta.

- Frey, A. H., & Black, H. C. (1934). Black's Law Dictionary. *University of Pennsylvania Law Review and American Law Register*. <https://doi.org/10.2307/3308065>
- Garner, B. A. (2014). Black's Law Dictionary 10th Edition. In *West Group*.
- Jened, R. (2015). *Hukum Merek (Trademark Law) Dalam Era Globalisasi dan Integrasi Ekonomi (PERTAMA)*. Jakarta: kencana.
- Mujiyono & Feriyanto. (2017). *Memahami dan Cara Memperoleh Hak Kekayaan Intelektual* (Surono, ed.).
- Pemerintah Republik Indonesia. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. , Pemerintah Republik Indonesia § (2016).
- Pozen, D. E. (2016). Constitutional bad faith. *Harvard Law Review*.
- Saidin, O. (2015). *Aspek hukum hak kekayaan intelektual (Intellectual property rights)* (Revisi, Ce). Jakarta: Rajawali Pers.
- Soekanto, S., & Mamudji, S. (2011). Penelitian Hukum Normatif, Suatu Tinjauan Singkat. In *Jakarta : Raja Grafindo Persada*.
- Sujatmiko, A. (2020). *Perjanjian Lisensi Merek*. Penerbit Qiara Media.
- Sutedi, A. (2009). *Hak atas Kekayaan Intelektual*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Suteki, & Taufani, G. (2020). *Metodologi Penelitian Hukum (Filsafat, Teori, dan Praktik)* (1. Cet. 3). Depok: Rajawali Pers.

Artikel Jurnal :

- Chandra, D. W. (2012). Perlindungan Merek Terkenal Asing yang Belum Terdaftar di Indonesia (Studi Kasus Sengketa Merek KEEN). *Jurnal Notarius Universitas Diponegoro*, I(13), 326.
- Far-Far, C. Y. (2014). Tinjauan Yuridis Pembatalan Merek Dagang Terdaftar Terkait Prinsip Itikad Baik (Good Faith) Dalam Sistem Pendaftaran Merek (Studi Putusan Nomor 356 K/Pdt.Sus-Haki/2013). *Jurnal Hukum Universitas Brawijaya*, 22. <https://doi.org/10.1128/AAC.03728-14>
- Wijaya, W. (2016). *Analisis Kekuatan Unsur Itikad Baik Pada Pelaksanaan Pendaftaran Merek di Indonesia (Studi Kasus Putusan Mahkamah Agung Nomor 364k/Pdt.Sus-HKI/2014) Berdasarkan Undang-Undang nomor 20 tahun 2016*.
- Yanto, O. (2019). Tinjauan Yuridis UU No. 15 Tahun 2001 Tentang Merek : Sisi Lain Kelemahan Sistem First TO File Dalam Perlindungan Hukum Atas Merek Sebagai Bagian Dari Hak Atas Kekayaan Intelektual (HaKI). *ADIL: Jurnal Hukum*. <https://doi.org/10.33476/ajl.v3i1.833>

Undang-Undang dan Peraturan:

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata