



Perlindungan Hukum Merek Terdaftar Dalam Sengketa Pelanggaran Merek Di Indonesia

Roymartin Sihotang¹, Didik Suhariyanto², Puguh Aji Hari Setiawan³

^{1,2,3} Universitas Bung Karno, Jakarta, Indonesia

Info Artikel

Penulis Korespondensi:

Roymartin Sihotang

✉ sihotangroy@gmail.com

Linimasa:

Submit: 10-05-2025

Revisi: 05-07-2025

Diterima: 30-07-2025

Diterbitkan: 20-08-2025

Hal: 514 - 526

Kata Kunci:

[perlindungan hukum; merek terdaftar; itikad buruk; kepastian hukum.]

Abstrak

[Dalam konteks perdagangan internasional, merek tidak hanya berfungsi sebagai identitas suatu produk, tetapi juga merupakan bagian dari aset tidak berwujud yang memiliki nilai strategis dan ekonomi tinggi. Oleh sebab itu, perlindungan hukum terhadap hak atas merek menjadi suatu keharusan yang harus diakomodasi secara normatif dan diimplementasikan secara efektif. Kajian ini mengadopsi metode pendekatan yuridis normatif, dengan memanfaatkan data sekunder berupa peraturan perundang-undangan, literatur hukum, serta analisis terhadap putusan pengadilan sebagai studi kasus. Penelaahan dilakukan berdasarkan teori perlindungan hukum yang dikemukakan oleh Satjipto Rahardjo dan Philipus M. Hadjon, serta teori mengenai kepastian hukum menurut Gustav Radbruch dan Sudikno Mertokusumo. Perlindungan terhadap hak merek terbagi menjadi dua bentuk, yakni perlindungan preventif melalui mekanisme pendaftaran merek dengan prinsip *first to file*, serta perlindungan represif melalui jalur perdata, mekanisme pembatalan atau penghapusan pendaftaran, dan penerapan sanksi pidana terhadap pelanggaran. Hasil analisis menunjukkan bahwa meskipun Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 telah menyediakan kerangka hukum yang relatif komprehensif, implementasinya masih menghadapi sejumlah hambatan. Beberapa di antaranya meliputi lemahnya pengendalian terhadap pendaftaran merek yang diajukan dengan itikad tidak baik, ketidakkonsistenan dalam interpretasi yudisial terhadap istilah "persamaan pada pokoknya", serta belum optimalnya perlindungan terhadap merek asing terkenal yang belum didaftarkan. Studi kasus IKEA dan MAPOGALMEGI menggarisbawahi pentingnya keseimbangan antara kepastian hukum dan prinsip keadilan substantif dalam praktik perlindungan merek di Indonesia.]



Copyright © 2025 by
Viva Themis: Jurnal
Ilmu Hukum dan
Humaniora.

Viva Themis: Jurnal Ilmu Hukum dan Humaniora is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

I. PENDAHULUAN

Era digitalisasi telah mengubah lanskap bisnis di Indonesia secara fundamental. Transformasi menuju Industri 4.0 yang ditandai dengan penetrasi teknologi informasi, kecerdasan buatan, big data, dan cloud computing telah mendorong terbentuknya ekonomi digital yang semakin kompleks. Dalam konteks ini, merek tidak lagi berfungsi sekadar sebagai penanda produk, melainkan telah berkembang menjadi aset strategis yang menentukan daya saing suatu perusahaan.¹ Merek modern mencerminkan reputasi, kualitas, dan janji nilai yang ditawarkan kepada konsumen. Persepsi konsumen terhadap suatu merek mencakup keyakinan terhadap mutu dan pengalaman yang konsisten, sehingga membangun merek yang kuat menuntut adanya inovasi berkelanjutan, waktu yang panjang, dan investasi yang signifikan. Oleh karena itu, keberadaan perlindungan hukum yang komprehensif terhadap merek menjadi suatu keniscayaan.²

Secara ekonomis, merek dikategorikan sebagai aset tak berwujud yang memiliki nilai tinggi. Dalam laporan keuangan perusahaan-perusahaan besar, nilai merek kerap kali melampaui nilai aset fisik, sehingga menunjukkan bahwa pengembangan merek merupakan bagian penting dari strategi jangka panjang yang harus dikelola secara profesional, tidak hanya dari sisi pemasaran, tetapi juga dari sisi hukum. *Commercial Advisory Foundation in Indonesia* (CAFI) menyatakan bahwa merek berperan vital dalam mendukung ekspansi usaha dan menarik investasi. Dalam konteks perdagangan modern yang sangat kompetitif, merek menjadi representasi dari reputasi dan nilai yang telah melekat dalam benak konsumen. Maka dari itu,

¹ Tundjung Tundjung and Rani Noviyanti, "Revolusi Industri Dan Pengaruhnya Pada Penelitian Sejarah," *Alur Sejarah: Jurnal Pendidikan Sejarah* 4, no. 1 (2021).

² Sudjana Sudaryat and Rika Ratna Permata, "Hak Kekayaan Intelektual: Memahami Prinsip Dasar, Cakupan, Dan Undang-Undang Yang Berlaku," *Bandung: Oase Media*, 2010.

keberadaan merek memerlukan perlindungan hukum yang tegas dan memadai.³

Perlindungan hukum terhadap merek telah diatur baik dalam instrumen hukum internasional maupun nasional. Pada tingkat internasional, perlindungan merek didasarkan pada Konvensi Paris untuk Perlindungan Kekayaan Industri tahun 1967, khususnya Pasal 6 bis ayat 91, serta Perjanjian TRIPs Pasal 16 ayat (2) dan (3). Instrumen-instrumen ini menganut prinsip teritorial, yang memberi kewenangan kepada masing-masing negara anggota untuk mengatur implementasi perlindungan hak kekayaan intelektual dalam sistem hukum nasionalnya.⁴ Di Indonesia, pengaturan hukum mengenai merek tercantum dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang merupakan revisi dari UU No. 15 Tahun 2001. Undang-undang ini menggunakan asas konstitutif dengan prinsip first to file, artinya perlindungan hukum hanya diberikan kepada pihak yang pertama kali mendaftarkan mereknya ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI).⁵

Namun demikian, dalam praktiknya masih terdapat berbagai pelanggaran terhadap hak atas merek, meskipun merek tersebut telah memiliki sertifikat resmi dari DJKI. Bentuk pelanggaran yang kerap terjadi meliputi penggunaan merek tanpa izin, peniruan terhadap merek terkenal, registrasi merek yang menyerupai merek yang telah ada oleh pihak dengan itikad buruk, serta pemalsuan barang dengan meniru merek yang sudah dikenal luas untuk meraih keuntungan besar. Pelanggaran-pelanggaran tersebut tidak hanya merugikan pemilik merek dari segi ekonomi dan reputasi, tetapi juga dapat

³ Indirani Wauran, "Pengantar Hukum Kekayaan Intelektual," *Salatiga: Tisara Grafika*, 2017.

⁴ Etry Mike, "Perlindungan Hukum Hak Kekayaan Intelektual Terhadap Tindakan Pelanggaran Pembajakan Buku Elektronik Melalui Media Online," *Al Ijarah: Jurnal Pemerintahan Dan Politik Islam* 2, no. 2 (2017).

⁵ Tim Lindsey et al., *Hak Kekayaan Intelektual, Suatu Pengantar Edisi Kedua* (Penerbit Alumni, 2022).

merugikan konsumen karena menimbulkan kebingungan dalam membedakan produk asli dengan yang palsu. Di sisi lain, terdapat kesenjangan antara norma hukum yang berlaku dan implementasi di lapangan. Dalam banyak kasus, pemilik merek terpaksa menempuh jalur litigasi panjang meskipun telah memiliki bukti pendaftaran yang sah. Selain itu, inkonsistensi putusan pengadilan turut menciptakan ketidakpastian hukum yang melemahkan fungsi perlindungan itu sendiri.

Sebagai ilustrasi, dua studi kasus dapat mencerminkan tantangan tersebut. Pertama, dalam perkara IKEA,⁶ penggugat asal Surabaya yang menggunakan nama "Ikea" berhasil menggugat IKEA asal Swedia yang meskipun telah terdaftar dan memenuhi kriteria sebagai merek terkenal, namun dianggap tidak digunakan selama tiga tahun berturut-turut, sehingga Mahkamah Agung mengabulkan gugatan. Kedua, dalam kasus GALMAEGI,⁷ terjadi sengketa antara pemilik merek internasional "MAGAL" dan "MAPOGALMEGI" dari Korea Selatan dengan pendaftar lokal "GALMAEGI". Mahkamah Agung menyatakan bahwa tidak terdapat persamaan pada pokoknya antara merek-merek tersebut, meskipun secara fonetik dan tematik memiliki kedekatan. Kedua kasus ini memperlihatkan bahwa sistem hukum merek di Indonesia masih menghadapi persoalan klasik, yakni masih adanya celah hukum yang memungkinkan pihak lain mendaftarkan merek yang menyerupai atau bahkan identik dengan merek milik pihak lain terutama ketika sistem pemeriksaan substantif DJKI belum sepenuhnya efektif.

Kondisi ini menunjukkan bahwa sistem hukum Indonesia masih dihadapkan pada tantangan dalam mewujudkan perlindungan yang

⁶ Mahkamah Agung Republik Indonesia, "Putusan Nomor 264 K/Pdt.Sus HKI/2015 Tentang Sengketa Merek Antara IKEA Systems B.V. Melawan PT Ratania Khatulistiwa," 2015.

⁷ Mahkamah Agung Republik Indonesia, "Putusan Nomor 901 K/Pdt.Sus HKI/2024 Dalam Perkara Sengketa Merek Antara DIDIM E&F Inc. Melawan Nonny Veronica Herjanto," 2024.

adil dan efektif bagi pemilik merek terdaftar. Oleh karena itu, diperlukan reformasi menyeluruh yang tidak hanya memperkuat aspek normatif, tetapi juga meningkatkan kualitas pemeriksaan substantif dan konsistensi dalam penegakan hukum, agar mampu menghadapi kompleksitas perlindungan merek di era digital secara lebih responsif dan berkeadilan.

II. METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian hukum normatif merupakan sebuah metodologi penelitian ilmiah yang bertujuan untuk mengidentifikasi kebenaran dengan mendasarkan pada logika akademis bidang hukum dari perspektif normatifnya. Karakteristik penelitian ini bersifat kualitatif yang berkonsentrasi pada analisis permasalahan penelitian melalui pengumpulan berbagai informasi sebagai materi kajian. Materi hukum yang dimanfaatkan dalam sebuah studi dapat berupa informasi yang diperoleh melalui literatur kepustakaan dan/atau secara langsung dari komunitas masyarakat. Informasi yang didapat langsung dari komunitas masyarakat dikenal sebagai data primer, sementara informasi yang didapat melalui literatur kepustakaan dan dokumentasi diidentifikasi sebagai data sekunder.⁸

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pengaturan Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terdaftar Dalam Sengketa Pelanggaran Merek Di Indonesia

Mekanisme registrasi dan perlindungan merek di Indonesia merupakan fondasi yuridis yang krusial dalam menjamin hak eksklusif atas identitas komersial suatu entitas. Dalam praktiknya, tidak jarang terjadi fenomena registrasi ulang atas merek yang telah memiliki legitimasi hukum oleh pihak lain, yang dikenal

⁸ Johnny Ibrahim, "Teori Dan Metode Penelitian Hukum Normatif," *Malang: Bayumedia Publishing*, 2005.

sebagai registrasi beritikad buruk (*bad faith registration*). Fenomena ini menimbulkan berbagai tantangan hukum bagi pemilik merek yang sah, baik secara finansial maupun dari segi reputasi di pasar nasional. Banyak merek berlisensi di Indonesia menghadapi pelanggaran hak kepemilikan, baik oleh pelaku domestik maupun internasional, yang bukan hanya mengganggu keberlangsungan bisnis, tetapi juga merusak kepercayaan konsumen terhadap kualitas dan otentisitas suatu produk.⁹

Salah satu tantangan utama dalam perlindungan merek adalah adanya registrasi atas identitas komersial yang identik atau mirip oleh entitas lain. Kondisi ini terjadi karena beberapa faktor, antara lain ketidakpahaman pelaku usaha bahwa merek yang mereka ajukan telah lebih dahulu terdaftar, adanya motif beritikad buruk yang secara sengaja mengeksploitasi reputasi merek yang telah dikenal luas, serta sistem hukum Indonesia yang menganut prinsip konstitutif dengan pendekatan first-to-file, di mana perlindungan hukum diberikan kepada pihak yang pertama kali mendaftarkan merek tanpa mempertimbangkan siapa yang lebih dahulu menggunakan. Selain itu, kurangnya kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya penelusuran merek sebelum melakukan registrasi juga turut memperbesar potensi terjadinya konflik merek.¹⁰

Selain persoalan registrasi yang bermasalah, pembajakan merek (*trademark counterfeiting*) juga menjadi tantangan serius yang dihadapi pemilik merek sah. Praktik ini biasanya dilakukan untuk mendapatkan keuntungan secara instan dengan memanfaatkan popularitas merek terkenal, sehingga

⁹ World Economic Forum, "The Future of Jobs Report 2018," 2018, <https://www.weforum.org/publications/reader-the-future-of-jobs-report-2018/in-full/>.

¹⁰ Zaenal Arifin and Muhammad Iqbal, "Perlindungan Hukum Terhadap Merek Yang Terdaftar," *Jurnal Ius Constituendum* 5, no. 1 (2020): 47–65.

menyebabkan kerugian yang besar bagi pemilik asli, baik dari sisi finansial maupun hilangnya pangsa pasar.¹¹ Perlindungan hukum terhadap merek di Indonesia telah mengalami perkembangan regulatif yang signifikan, mulai dari UU No. 21 Tahun 1961, UU No. 12 Tahun 1992, UU No. 15 Tahun 2001, hingga yang terkini yaitu UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Perubahan regulasi ini mencerminkan pergeseran dari sistem deklaratif ke sistem konstitutif yang mengedepankan kepastian hukum, dengan tetap menjaga prinsip keadilan melalui institusi-institusi seperti Kantor Merek, Komisi Banding Merek, serta jalur penyelesaian sengketa melalui Pengadilan Negeri maupun Pengadilan Tata Usaha Negara.¹²

Kerangka hukum dalam UU No. 20 Tahun 2016 menyediakan dua bentuk perlindungan, yakni perlindungan hukum preventif dan represif. Perlindungan preventif meliputi sistem registrasi yang transparan dan akuntabel, pemeriksaan administratif dan substantif oleh DJKI yang harus menolak permohonan yang memiliki kesamaan dengan merek terdaftar atau merek terkenal, serta mekanisme pengumuman publik dan keberatan sebagaimana tercantum dalam Pasal 16.¹³ DJKI juga diberi kewenangan untuk menolak permohonan yang diajukan oleh pihak yang beritikad buruk dan mencegah pendaftaran merek yang dapat menyesatkan atau melanggar norma. Ketika mekanisme pencegahan tidak mampu menghindari terjadinya pelanggaran, pemilik merek dapat menempuh perlindungan hukum represif melalui gugatan perdata, seperti gugatan pembatalan dan ganti rugi sesuai Pasal 76 dan 83,

¹¹ Nourma Dewi and Tunjung Baskoro, "Kasus Sengketa Merek Prada SA Dengan PT. Manggala Putra Perkasa Dalam Hukum Perdata Internasional," *Jurnal Ius Constituendum* 4, no. 1 (2019): 18–27.

¹² Ronny Hanitijo Soemitro, "Metodologi Penelitian Hukum Dan Jurimetri," *Ghalia Indonesia, Jakarta* 167 (1990).

¹³ Sudargo Gautama and Rizawanto Winata, *Pembaharuan Hukum Merek Indonesia Dalam Rangka WTO, TRIPS, 1997* (Citra Aditya Bakti, 1997).

atau melalui jalur pidana berdasarkan Pasal 100 sampai 102, jika terbukti ada unsur pelanggaran berat terhadap hak atas merek.

Perlindungan terhadap merek asing juga dijamin dalam prinsip resiprositas, di mana Indonesia berkewajiban memberikan perlindungan setara terhadap warga negara anggota perjanjian internasional yang sama, sebagaimana perlindungan yang diberikan kepada warga negaranya sendiri. Hal ini menunjukkan bahwa sistem perlindungan merek Indonesia tidak berdiri sendiri, tetapi juga terintegrasi dalam kerangka kerja hukum internasional. Meskipun sistem regulasi dan kelembagaan telah mengalami kemajuan, tantangan seperti registrasi beritikad buruk dan pembajakan merek masih menjadi persoalan nyata yang memerlukan perhatian serius. Keberhasilan perlindungan merek tidak hanya bergantung pada kekuatan hukum yang tertulis dalam regulasi, tetapi juga pada efektivitas implementasi di lapangan, konsistensi dalam penegakan hukum, serta peningkatan kesadaran hukum pelaku usaha. Dalam konteks ini, sinergi antara regulasi, institusi, dan masyarakat menjadi kunci utama untuk menciptakan ekosistem perlindungan merek yang adil, efektif, dan berdaya saing di era digital.

B. Tanggungjawab Kepastian Hukum Yang Diberikan Kepada Pemilik Merek Terdaftar Dalam Proses Penyelesaian Sengketa Pelanggaran Merek Di Indonesia (Studi Kasus Putusan 264 K/Pdt.Sus-HKI/2015) dan Putusan Nomor 901 K/Pdt.Sus HKI/2024)

Dalam sistem hukum, kepastian hukum merupakan pilar fundamental yang mengamankan bahwa setiap entitas hukum memiliki jaminan atas hak dan obligasinya. Dalam ranah hukum brand, kepastian hukum menjadi sangat vital untuk memelihara stabilitas pasar, menjamin kompetisi bisnis yang sehat, dan memberikan proteksi terhadap pemilik brand dari tindakan

plagiarisme atau pencatutan. Konflik brand IKEA dan MAPOGALMEGI menggambarkan realitas kompleks di mana regulasi hukum positif yang seharusnya mengamankan kepastian hukum justru menghasilkan putusan yang menuai kontroversi karena dinilai tidak mencerminkan keadilan dan proteksi yang layak bagi pemilik brand yang sah dan terkenal.

Dalam konteks ini, teori kepastian hukum dari Gustav Radbruch dan Sudikno Mertokusumo menawarkan kerangka filosofis dan yuridis yang dapat dijadikan pijakan analisis. Gustav Radbruch dalam Radbruchsche Formel menyatakan bahwa terdapat tiga nilai dasar hukum yang harus dijalankan secara seimbang, yaitu pertama Keadilan (*Gerechtigkeit*) yaitu hukum harus adil secara substantif, kedua Kemanfaatan (*Zweckmäßigkeit*), yaitu hukum harus memberikan manfaat secara sosial dan ekonomi, dan ketiga Kepastian Hukum (*Rechtssicherheit*), yaitu hukum harus dapat diprediksi, tertulis, dan ditegakkan dengan cara yang konsisten. Radbruch berpendapat bahwa apabila hukum positif bertentangan secara nyata dengan prinsip keadilan dan akal sehat hukum, maka hukum tersebut tidak layak lagi diakui sebagai hukum (*das Unrecht ist kein Recht*). Maka dari itu, kepastian hukum bukan hanya soal keberadaan norma tertulis, melainkan juga tentang koherensi antara isi norma, nilai keadilan, dan realitas hukum.

Radbruch berkeyakinan bahwa apabila hukum positif bertentangan secara nyata dengan prinsip keadilan dan akal sehat hukum, maka hukum tersebut tidak layak lagi diakui sebagai hukum (*das Unrecht ist kein Recht*). Maka dari itu, kepastian hukum bukan hanya soal keberadaan norma tertulis, melainkan juga tentang koherensi antara isi norma, nilai keadilan, dan realitas hukum. Sudikno Mertokusumo mendefinisikan kepastian hukum

sebagai suatu jaminan bahwa hukum harus ditegakkan dengan konsisten dan dapat diprediksi, sehingga subjek hukum mengetahui bagaimana hukum akan berlaku terhadapnya. Kepastian hukum juga erat kaitannya dengan vonis pengadilan, yang menjadi dasar bagi seseorang atau badan hukum untuk mengklaim dan mempertahankan haknya. Menurut Sudikno, meskipun hukum dan keadilan berkaitan, keduanya tidak identik. Hukum bersifat objektif, umum, dan menyamaratakan, sedangkan keadilan bersifat subjektif dan individualistik. Maka, dalam menegakkan hukum, peran hakim sangat penting untuk menyeimbangkan norma tertulis dengan realitas faktual dan nilai keadilan.

Telaah Putusan Nomor 264 K/Pdt.Sus-HKI/2015 berfokus pada gugatan PT. Ratania Khatulistiwa terhadap Inter Ikea System B.V mengenai penghapusan pendaftaran brand "IKEA". PT. Ratania mengklaim bahwa brand "IKEA" tidak digunakan selama tiga tahun berturut-turut, sehingga melanggar Pasal 61 ayat (2) UU Brand. Pengadilan Niaga Jakarta Pusat mengabulkan gugatan tersebut, menyatakan bahwa brand "IKEA" tidak digunakan dan menghapus pendaftarannya. Namun, Inter Ikea mengajukan kasasi, mengklaim bahwa pengadilan salah menerapkan hukum dan mengabaikan bukti penggunaan brand. Mahkamah Agung menolak kasasi tersebut, meskipun ada dissenting opinion yang menyatakan bahwa brand "IKEA" seharusnya dilindungi sebagai brand terkenal. Penulis berpendapat bahwa keputusan tersebut mengabaikan status brand terkenal, prinsip itikad baik, kredibilitas lembaga survei, dan penggunaan Pasal 61 yang tidak tepat, serta menyoroti ketidakjelasan dalam penolakan kasasi yang melanggar asas keadilan.

Telaah Putusan Nomor 901 K/Pdt.Sus-HKI/2024 melibatkan

DIDIM E&C Inc, perusahaan Korea Selatan yang memiliki brand restoran "MAGAL" dan "MAPOGALMEGI". Brand-brand ini terdaftar di Indonesia dan negara lain. Pada tahun 2020, tergugat Nonny Veronica Herjanto mendaftarkan brand "GALMAEGI", yang dianggap mirip dengan brand penggugat, sehingga dapat menimbulkan kebingungan konsumen. Pengadilan Niaga Jakarta Pusat menolak gugatan penggugat, yang kemudian mengajukan kasasi. Mahkamah Agung menolak kasasi tersebut, menyatakan tidak ada persamaan yang signifikan antara brand penggugat dan tergugat, serta tidak ada bukti itikad tidak baik dari tergugat.

Penulis berpendapat bahwa penggugat seharusnya diakui sebagai pemilik sah brand terkenal, dan terdapat kemiripan yang cukup antara "MAPOGALMEGI" dan "GALMAEGI" dari segi fonetik dan visual. Selain itu, kedua brand terdaftar dalam kelas yang sama, yaitu jasa restoran, yang meningkatkan risiko pencatutan reputasi. Penulis juga menyoroti bahwa pendaftaran brand oleh tergugat dapat dianggap dilakukan dengan itikad tidak baik, dan putusan Mahkamah Agung tidak mencerminkan keadilan serta proteksi hukum yang seharusnya diberikan kepada pemilik brand yang sah.

IV. KESIMPULAN

Proteksi hukum terhadap brand terdaftar di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, yang mengadopsi sistem konstitutif dengan prinsip first to file. Undang-undang ini memberikan hak eksklusif kepada pemilik brand melalui pendaftaran, serta proteksi preventif dan represif melalui gugatan perdata, tuntutan pidana, dan pembatalan pendaftaran. Dalam perspektif teori proteksi hukum, perlindungan mencakup aspek formal dan substantif untuk menjamin keadilan. Negara bertanggung jawab melindungi pemilik brand dan mencegah tindakan kesewenang-wenangan, serta mengakui hak-hak asasi pemilik brand sebagai subjek hukum.

Berdasarkan studi kasus IKEA dan MAPOGALMEGI dapat disimpulkan bahwa meskipun secara formal pendaftaran brand memberikan kepastian hukum, namun dalam penerapannya unsur keadilan dan itikad baik tetap menjadi pertimbangan penting oleh pengadilan. Proteksi terhadap brand terkenal, termasuk yang berasal dari luar negeri, dapat diberikan meski belum terdaftar, asalkan terbukti adanya penggunaan dan reputasi luas. Hal ini menunjukkan peran penting peradilan dalam menjaga keseimbangan antara kepastian hukum dan keadilan substantif.

DAFTAR PUSTAKA

- Merek Yang Terdaftar." *Jurnal Ius Constituendum* 5, no. 1 (2020): 47–65.
- Dewi, Nourma, and Tunjung Baskoro. "Kasus Sengketa Merek Prada SA Dengan PT. Manggala Putra Perkasa Dalam Hukum Perdata Internasional." *Jurnal Ius Constituendum* 4, no. 1 (2019): 18–27.
- Gautama, Sudargo, and Rizawanto Winata. *Pembaharuan Hukum Merek Indonesia Dalam Rangka WTO, TRIPS, 1997*. Citra Aditya Bakti, 1997.
- Ibrahim, Johnny. "Teori Dan Metode Penelitian Hukum Normatif." *Malang: Bayumedia Publishing*, 2005.
- Lindsey, Tim, S H Em Dr Eddy Damian, Simon Butt, Tomi Suryo Utomo, and L L M SH. *Hak Kekayaan Intelektual, Suatu Pengantar Edisi Kedua*. Penerbit Alumni, 2022.
- Mahkamah Agung Republik Indonesia. "Putusan Nomor 264 K/Pdt.Sus HKI/2015 Tentang Sengketa Merek Antara IKEA Systems B.V. Melawan PT Ratania Khatulistiwa," 2015.
- . "Putusan Nomor 901 K/Pdt.Sus HKI/2024 Dalam Perkara Sengketa Merek Antara DIDIM E&F Inc. Melawan Nonny Veronica Herjanto," 2024.
- Mike, Etry. "Perlindungan Hukum Hak Kekayaan Intelektual Terhadap Tindakan Pelanggaran Pembajakan Buku Elektronik Melalui Media Online." *Al Ijarah: Jurnal Pemerintahan Dan Politik Islam* 2, no. 2 (2017).
- Pasal 1 angka 5 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.
- Pasal 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.
- Soemitro, Ronny Hanitijo. "Metodologi Penelitian Hukum Dan Jurimetri." *Ghalia Indonesia, Jakarta* 167 (1990).
- Sudaryat, Sudjana, and Rika Ratna Permata. "Hak Kekayaan Intelektual: Memahami Prinsip Dasar, Cakupan, Dan Undang-Undang Yang Berlaku." *Bandung: Oase Media*, 2010.
- Tundjung, Tundjung, and Rani Noviyanti. "Revolusi Industri Dan Pengaruhnya Pada Penelitian Sejarah." *Alur Sejarah: Jurnal Pendidikan Sejarah* 4, no. 1 (2021).
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan IndikasiGeografis.
- Wauran, Indirani. "Pengantar Hukum Kekayaan Intelektual." *Salatiga: Tisara Grafika*, 2017.
- World Economic Forum. "The Future of Jobs Report 2018," 2018. <https://www.weforum.org/publications/reader-the-future-of-jobs-report-2018/in-full/>.