

# Perlindungan Merek Terkenal Asing di Indonesia: Telaah Yuridis atas Praktik Pengadilan Niaga

## *Protecting Well-Known Foreign Trademarks in Indonesia: A Juridical Analysis of Commercial Court Practices*

Priska Maulidina Ayu Ananta<sup>1</sup>✉, Kholis Roisah<sup>2</sup> 

<sup>1</sup> Program Magister Kenotariatan, Fakultas Hukum, Universitas Diponegoro, Indonesia

<sup>2</sup> Fakultas Hukum, Universitas Diponegoro, Indonesia,  
<https://orcid.org/0009-0004-5402-2296>

✉ Corresponding email: [priskamaulidinaaa@students.undip.ac.id](mailto:priskamaulidinaaa@students.undip.ac.id)

### Abstrak

Artikel ini mengkaji perlindungan hukum terhadap merek terkenal asing di Indonesia dalam kerangka komitmen hukum internasional dan praktik peradilan nasional, dengan studi kasus sengketa merek antara TikTok Ltd. dan pemilik merek lokal di Pengadilan Niaga. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk perlindungan hukum bagi merek terkenal asing serta mengidentifikasi faktor-faktor hukum yang menyebabkan gugatan TikTok Ltd. tidak dikabulkan. Metode penelitian yang digunakan adalah yuridis normatif dengan pendekatan peraturan perundang-undangan, doktrin hukum merek, dan analisis putusan pengadilan, termasuk Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis serta prinsip-prinsip perlindungan merek terkenal dalam Konvensi Paris dan TRIPS Agreement. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rezim perlindungan merek di Indonesia berorientasi kuat pada prinsip first to file, sehingga pendaftaran nasional menjadi dasar utama pengakuan hak atas merek.

Dalam perkara yang dianalisis, merek pakaian “Tik Tok” milik pihak lokal telah terdaftar jauh sebelum kehadiran TikTok Ltd. di Indonesia, sehingga klaim eksklusivitas berdasarkan reputasi internasional tidak dapat mengesampingkan hak pendaftaran yang lebih dahulu ada. Temuan ini menegaskan bahwa reputasi global suatu merek tidak secara otomatis menjamin perlindungan hukum di Indonesia tanpa didukung oleh pendaftaran lokal yang tepat waktu serta pembuktian penggunaan dan pengenalan merek di pasar domestik, sekaligus menunjukkan perlunya harmonisasi penerapan norma internasional dengan kebijakan hukum merek nasional untuk meningkatkan kepastian hukum bagi pemilik merek terkenal asing.

## **Kata kunci**

Perlindungan Hukum; Merek Terkenal; *First to File*.

## ***Abstract***

*This article examines the legal protection of well-known foreign trademarks in Indonesia within the framework of international legal commitments and national judicial practice, using the trademark dispute between TikTok Ltd. and a local trademark owner before the Commercial Court as a case study. The study aims to analyze the scope of legal protection afforded to well-known foreign marks and to identify the legal factors underlying TikTok Ltd.’s unsuccessful claim. Employing a normative juridical method with statutory, doctrinal, and case-law approaches, this research draws upon Indonesia’s Trademark and Geographical Indications Law as well as the principles embodied in the Paris Convention and the TRIPS Agreement. The findings demonstrate that Indonesia’s trademark protection regime remains strongly oriented toward the first-to-file principle, under which national registration constitutes the primary basis for the recognition of trademark rights. In the case examined, the prior registration of the local apparel mark predated TikTok Ltd.’s market presence in Indonesia, rendering claims based solely on international reputation insufficient to displace the rights of the earlier registrant. This study underscores that global brand reputation does not automatically secure legal protection in Indonesia without timely local registration and adequate evidence of use and recognition in the domestic market, and it calls for closer harmonization between international norms and*

*national trademark policy to enhance legal certainty for owners of well-known foreign trademarks.*

### ***Keywords***

*Legal Protection; Well-Known Trademarks; First to File.*

## **I. Pendahuluan**

Dalam era globalisasi dan kemudahan perdagangan dunia, merek tidak hanya dipahami sebagai tanda pengenal produk atau jasa, melainkan sebagai suatu simbol kepercayaan, reputasi, dan nilai ekonomi yang melekat pada entitas bisnis tertentu. merek telah menjadi instrumen utama dalam membangun identitas dan sebagai pembeda produk dipasar global, terutama bagi merek terkenal yang memiliki pengaruh lintas negara. Di tengah keterbukaan ekonomi tersebut, Indonesia menghadapi tantangan yang cukup serius dalam memberikan perlindungan hukum terhadap merek terkenal asing yang beroperasi di pasar domestik. Fenomena ini tidak hanya berkaitan dengan aspek administratif berupa pendaftaran merek, tetapi juga menyangkut prinsip keadilan, kepastian hukum, dan perlindungan terhadap itikad baik dalam kegiatan perdagangan internasional.

Merek di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Adanya peraturan ini berfungsi memberikan perlindungan bagi seluruh pelaku ekonomi di Indonesia serta mendorong terciptanya persaingan usaha yang sehat. Hal ini penting karena merek memiliki peran krusial dalam kegiatan perdagangan, terutama dalam pemasaran produk, mengingat konsumen kerap menghubungkan suatu merek dengan kualitas serta reputasi barang atau jasa yang ditawarkan. Sebagai bagian dari Hak Kekayaan Intelektual, suatu merek memperoleh perlindungan hukum untuk atas penggunaan dan pemakaiannya. Agar merek tersebut memperoleh perlindungan hukum, maka merek tersebut wajib untuk dilakukan pendaftaran terlebih dahulu. Pendaftaran ini memiliki peran penting karena menjadi dasar bagi pemilik untuk memperoleh

hak atas merek tersebut.<sup>1</sup> Hak atas merek diatur dalam Pasal 1 Ayat (5) UU Nomor 20 Tahun 2016.<sup>2</sup> Di Indonesia sendiri menganut sistem *first to file*, dimana hak atas merek diperoleh sejak tanggal permohonan pendaftaran diajukan, bukan sejak merek tersebut pertama kali digunakan.<sup>3</sup>

Perlindungan hukum terhadap merek terkenal yang belum terdaftar di Indonesia menjadi persoalan penting dalam ranah hukum merek serta perlindungan hak kekayaan intelektual. Walaupun Indonesia menerapkan sistem pendaftaran merek yang bersifat konstitutif, dimana hak atas merek baru diperoleh setelah didaftarkan namun UU Nomor 20 Tahun 2016 memberikan perlindungan khusus bagi merek terkenal meskipun belum terdaftar. Ketentuan ini sejalan dengan komitmen Indonesia terhadap konvensi internasional seperti Konvensi Paris dan Perjanjian TRIPS, yang mengamanatkan negara anggota untuk melindungi merek terkenal tanoa memandang status pendaftarannya.<sup>4</sup> Namun implementasinya dalam konteks nasional tidak selalu berjalan mulus. Hambatan administratif, pembuktian reputasi, dan interpretasi hakim sering menjadi faktor yang mempengaruhi hasil suatu perkara merek terkenal di pengadilan.

Dalam praktik, pelanggaran terhadap ,merek terkenal sering terjadi melalui tindakan peniruan atau penggunaan merek yang menyerupai secara keseluruhan maupun sebagian. Perlindungan terhadap merek dapat bersifat preventif dan represif. Perlindungan preventif mencakup upaya-upaya yang dilakukan sebelum terjadi

---

<sup>1</sup> Humaedi Abdurahman, "Asas First To File Principal Dalam Kasus Hak Merek Nama Terkenal Benu," *Aktualita (Jurnal Hukum)* 3, No. 1 (2020): Hlm.430, <https://doi.org/10.29313/Aktualita.V0i0.6056>.

<sup>2</sup> Pasal 1 Uu Nomor 20 Tahun 2016, Menyebutkan Bahwa: (5) Hak Atas Merek Adalah Hak Eksklusif Yang Diberikan Oleh Negara Kepada Pemilik Merek Yang Terdaftar Untuk Jangka Waktu Tertentu Dengan Menggunakan Sendiri Merek Tersebut Atau Memberikan Izin Kepada Pihak Lain Untuk Menggunakannya.

<sup>3</sup> Oksidelfa Yanto, "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* 3, No. 1 (2019): Hlm.26, <https://doi.org/10.33476/Ajl.V3i1.833>.

<sup>4</sup> Ovi Dewi Oktavia And Albertus Sentot Sudarwanto, "Perlindungan Hukum Pemilik Merek Terkenal Yang Belum Terdaftar Di Indonesia (Studi Kasus Sengketa Merek 'Starbucks')," *Indonesian Journal Of Social Sciences And Humanities* 5, No. 1 (2025): Hlm.44.

pelanggaran terhadap merek, yaitu dengan cara memperoleh perlindungan melalui proses pendaftaran terlebih dahulu.<sup>5</sup> Sedangkan perlindungan represif merupakan bentuk perlindungan yang diberikan apabila terjadi pelanggaran terhadap merek, baik berupa tindak pidana maupun perdata, yang dapat dilakukan melalui mekanisme gugatan yang diajukan ke pengadilan.<sup>6</sup> UU Merek tahun 2016 telah memberikan dasar hukum yang cukup kuat melalui Pasal 21 ayat (1) huruf a, b, dan c, yang secara eksplisit melarang pendaftaran merek yang memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek terkenal milik pihak lain, baik untuk barang atau jasa sejenis maupun tidak sejenis.<sup>7</sup> Ketentuan ini merupakan bentuk pengakuan terhadap eksistensi merek terkenal asing yang seharusnya memperoleh perlindungan walaupun belum didaftarkan.

Namun demikian, efektivitas perlindungan hukum terhadap merek terkenal asing masih menghadapi berbagai kendala. Gugatan pembatalan pendaftaran merek sering terkendala oleh pembuktian reputasi dan tingkat keterkenalan merek di pasar Indonesia, yang tidak selalu sebanding dengan keterkenalannya di tingkat internasional. Hambatan ini semakin kompleks ketika pemilik merek terkenal tidak dapat menunjukkan bukti penggunaan aktual di Indonesia, seperti penjualan, iklan, atau distribusi resmi. Padahal, faktor penggunaan menjadi salah satu indikator penting dalam menilai apakah suatu merek benar-benar terkenal di yurisdiksi tertentu.

---

<sup>5</sup> Sita Nur Ramdhani Devi And Alqodar Purwo Sulisty, "Analisis Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Merek Dagang Asing Yang Terkenal Dari Pelanggaran Di Indonesia," *Unes Journal Of Swara Justisia* 8, No. 2 (2024): Hlm.266-267, <https://doi.org/10.31933/Abavev36>.

<sup>6</sup> Meimei Yemima Tahitu, Dientje Rumimpunu, And Sarah D. L. Roeroe, "Perlindungan Hukum Bagi Pemilik Merek Terhadap Pengguna Merek Tanpa Hak Menggunakan Merek Yang Mempunyai Persamaan Pada Pokoknya," *Lex Crimen* 13, No. 5 (2025): Hlm.8.

<sup>7</sup> Pasal 21 Uu Nomor 20 Tahun 2016, Menyebutkan Bahwa: (1) Permohonan Ditolak Jika Merek Tersebut Mempunyai Persamaan Pada Pokoknya Atau Keseluruhannya Dengan: A. Merek Terdaftar Milik Pihak Lain Atau Dimohonkan Lebih Dahulu Oleh Pihak Lain Untuk Barang Dan/Atau Jasa Sejenis; B. Merek Terkenal Milik Pihak Lain Untuk Barang Dan/Atau Jasa Sejenis; C. Merek Terkenal Milik Pihak Lain Untuk Barang Dan/Atau Jasa Tidak Sejenis Yang Memenuhi Persyaratan Tertentu.

Dalam konteks hukum internasional, Indonesia memiliki kewajiban moral dan yuridis untuk memberikan perlindungan terhadap merek terkenal sesuai dengan ketentuan TRIPS Agreement dan Konvensi Paris, termasuk terhadap merek yang belum terdaftar di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Kewajiban tersebut tidak hanya berkaitan dengan pemenuhan komitmen internasional, tetapi juga menjadi bagian dari upaya menjaga iklim investasi, menjamin praktik perdagangan yang adil, serta mempertahankan reputasi Indonesia dalam percaturan perdagangan global. Namun demikian, dalam praktik peradilan, perbedaan interpretasi hakim terhadap kriteria “merek terkenal” kerap menimbulkan ketidakpastian hukum yang berimplikasi negatif terhadap kepastian berusaha, khususnya bagi investor asing.

Sejumlah kajian terdahulu menunjukkan adanya problem implementatif dalam perlindungan merek terkenal di Indonesia. Budiman (2021) menegaskan bahwa meskipun Undang-Undang Merek telah mengatur perlindungan bagi merek terkenal, penerapannya di tingkat peradilan masih menghadapi tantangan efektivitas.<sup>8</sup> Oktavia dan Sudarwanto (2022) menunjukkan bahwa dalam kondisi tertentu, perlindungan terhadap merek terkenal dapat diberikan meskipun belum terdaftar, sepanjang reputasi merek tersebut telah kuat di pasar domestik.<sup>9</sup> Sementara itu, Hasibuan et al. (2021) menyoroti praktik pemboncengan reputasi sebagai bentuk pelanggaran yang kerap dialami merek terkenal,<sup>10</sup> dan Winatha (2023) melalui perspektif perbandingan internasional menunjukkan bahwa rezim perlindungan merek terkenal di Indonesia belum sepenuhnya setara dengan standar global.<sup>11</sup> Temuan-temuan tersebut

---

<sup>8</sup> Citra Rosa Budiman, “Legal Protection of Famous Trademarks (Well-Known) in Indonesia,” *Reformasi Hukum* 23, no. 1 (2019).

<sup>9</sup> Oktavia and Sudarwanto, “Perlindungan Hukum Pemilik Merek Terkenal Yang Belum Terdaftar Di Indonesia (Studi Kasus Sengketa Merek ‘STARBUCKS’).”

<sup>10</sup> Khadijah Hasibuan et al., “Perlindungan Hukum Merek Terkenal Terhadap Pembuatan Pemboncengan Reputasi (Studi Putusan No. 18 PK/Pdt.Sus-HKI/2021),” *Locus Journal of Academic Literature Review* 1, no. 5 (2022).

<sup>11</sup> I Gede Mahatma Yogiswara Winatha, A.A.Gede Agung Indra Prathama, and Putu Chandra Kinandana Kayuan, “Comparative Analysis of Legal Protection and Criteria of Well-Known Marks (Indonesia, United States, India, China, and Germany),” *Audito Comparative Law Journal (ACLJ)* 4, no. 1 (2023), <https://doi.org/10.22219/aclj.v4i1.23768>.

mengindikasikan adanya ketegangan antara pengakuan normatif terhadap merek terkenal dan penerapannya dalam praktik hukum nasional.

Ketegangan tersebut tampak secara nyata dalam perkara TikTok Ltd. melawan Fenfiana Saputra di Pengadilan Niaga Jakarta Pusat. Dalam Putusan Nomor 79/Pdt.Sus-HKI/Merek/2024/PN Niaga Jkt.Pst, pengadilan menolak gugatan TikTok Ltd. dan memenangkan pihak lokal yang lebih dahulu mendaftarkan merek “TikTok” di Indonesia. Putusan ini memicu kontroversi karena TikTok Ltd. merupakan merek digital global dengan reputasi internasional yang sangat kuat. Perkara tersebut memperlihatkan bahwa reputasi global suatu merek tidak secara otomatis menjamin perlindungan hukum di Indonesia apabila tidak disertai dengan pendaftaran nasional dan pembuktian penggunaan aktual di pasar domestik.

Kasus tersebut merefleksikan dua persoalan mendasar. Pertama, masih adanya kesenjangan antara norma hukum internasional yang mendorong perlindungan merek terkenal dan praktik hukum nasional yang berorientasi kuat pada prinsip *first to file*. Kedua, munculnya kebutuhan untuk merumuskan kembali kebijakan hukum nasional agar perlindungan terhadap merek terkenal asing dapat diberikan secara lebih proporsional, tanpa mengabaikan prinsip kedaulatan hukum Indonesia dan kepastian hukum bagi pelaku usaha lokal. Berdasarkan konteks tersebut, tulisan ini difokuskan pada dua isu utama, yaitu: (1) bentuk perlindungan hukum terhadap merek terkenal asing di Indonesia berdasarkan ketentuan hukum yang berlaku; dan (2) analisis faktor-faktor hukum yang menyebabkan kekalahan TikTok Ltd. dalam sengketa merek melawan Fenfiana Saputra dalam praktik peradilan.

## II. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis-normatif, yang menitikberatkan pada analisis norma hukum, doktrin, peraturan perundang-undangan, dan praktik pengadilan tanpa melakukan pengumpulan data lapangan atau wawancara. Sumber data terdiri dari tiga tingkat: (i) bahan hukum primer, yakni Undang Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang merupakan dasar regulasi merek dan indikasi geografis di Indonesia. (ii) bahan

hukum sekunder, berupa jurnal ilmiah nasional dan literatur hukum terkait perlindungan merek terkenal yang membahas antara lain penerapan prinsip first to file dalam sistem pendaftaran merek Indonesia. (iii) bahan hukum tersier, yaitu ensiklopedia hukum dan komentar hukum yang memberikan pemahaman kontekstual terhadap norma dan praktik hukum. Data dikumpulkan melalui studi kepustakaan (library research) dari dokumen hukum, jurnal ilmiah, dan putusan pengadilan, termasuk contoh putusan seperti sengketa merek terkenal asing yang terkait dengan pendaftaran dan perlindungan. Analisis dilakukan secara kualitatif dengan fokus pada bentuk perlindungan hukum terhadap merek terkenal asing dan praktik pengadilan dalam penyelesaian sengketa merek, terutama dalam kerangka penerapan prinsip first to file, klasifikasi kelas barang, serta bukti penggunaan merek dalam praktik yudisial. Validasi data dilakukan melalui triangulasi literatur yaitu membandingkan berbagai sumber hukum dan literatur untuk memastikan konsistensi interpretasi serta relevansi dengan konteks hukum nasional.

### **III. Bentuk Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal Asing Di Indonesia Berdasarkan Ketentuan Yang Berlaku**

Perlindungan hukum terhadap merek terkenal asing di Indonesia menunjukkan peran negara dalam menjamin kepastian hukum dan keadilan bagi pemilik hak kekayaan intelektual di tengah perkembangan perdagangan internasional. Di Indonesia ketentuan hukum terkait merek telah mengalami beberapa kali perubahan, dimana yang terbaru ialah Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis. Sementara itu, pengaturan merek ditingkat international berlandaskan pada Konvensi Paris dan *The Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights* (TRIPS).<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Kevien Dicky Aldison, Sunarjo Sunarjo, And Hendra Djaja, "Kajian Yuridis Tentang Merek Terkenal Dan Upaya Hukum Terhadap Pelanggarannya," *Jurnal Cakrawala Hukum* 12, No. 1 (2021): Hlm.41, <https://doi.org/10.26905/Idjch.V12i1.5723>.

Dalam ketentuan hukum nasional, hak atas merek secara resmi timbul sejak permohonan pendaftaran disetujui oleh instansi yang berwenang. Dengan demikian, sistem yang digunakan dalam perlindungan merek di Indonesia menganut prinsip *first to file*, yaitu hak pendaftaran atas suatu merek diberikan kepada pihak yang terlebih dahulu mengajukan permohonan pendaftaran, dengan demikian, negara tidak akan memberikan hak pendaftaran kepada pihak lain untuk merek yang memiliki kesamaan dengan merek yang telah lebih dulu didaftarkan, terutama jika digunakan pada jenis barang atau jasa yang sejenis.<sup>13</sup> Disisi lain, ketentuan dalam hukum internasional mengharuskan setiap negara anggota untuk memberikan perlindungan terhadap merek yang telah dikenal luas (*well known marks*), meskipun merek tersebut belum terdaftar di negara tersebut.

Norma internasional tersebut menegaskan bahwa reputasi sebuah merek dapat menjadi dasar perlindungan meskipun pendaftaran nasional belum dilakukan. Dengan demikian, regulasi nasional Indonesia harus dilihat sebagai bagian dari sistem yang lebih luas yang mengakui eksistensi merek terkenal asing. Dalam UU Merek 2016 terdapat ketentuan yang secara eksplisit mengatur pertimbangan merek terkenal. Pasal 21 ayat (1) huruf (a) dan (b) menentukan bahwa permohonan pendaftaran harus ditolak apabila merek yang diajukan pada pokoknya atau keseluruhannya sama atau mirip dengan merek yang telah terkenal milik pihak lain untuk barang/jasa sejenis maupun tidak sejenis, dengan syarat persamaan tersebut memanfaatkan reputasi merek terkenal. Sementara itu Pasal 83 ayat (2) membuka hak bagi pemilik merek terkenal untuk menuntut penghentian penggunaan merek pihak lain yang tanpa hak menggunakan merek sama atau mirip.<sup>14</sup> Mekanisme-mekanisme ini menjelaskan dua bentuk perlindungan: pertama, bentuk preventif yakni menolak pendaftaran merek yang menyerupai; kedua, bentuk

---

<sup>13</sup> Andre Asmara, Sri Walny Rahayu, And Sanusi Bintang, "Studi Kasus Penerapan Prinsip Pendaftaran First To File Pada Pembatalan Merek Cap Mawar(Putusan Mari Nomor: 512 K/Pdt.Sus-Hki/2016)," *Syiah Kuala Law Journal* 3, No. 2 (2019): Hlm.187, <https://doi.org/10.24815/Sklj.V3i2.11899>.

<sup>14</sup> Michael Hans, "Upaya Hukum Yang Dapat Dilakukan Licensee Terhadap Pelanggaran Merek | Klinik Hukumonline," *Hukum Online*, April 1, 2025, <https://www.hukumonline.com/klinik/a/upaya-hukum-yang-dapat-dilakukan-licensee-terhadap-pelanggaran-merek-cl4182/>.

represif yakni memberi peluang kepada pemilik merek terkenal untuk menuntut penggunaan tanpa izin.

Meskipun kerangka normatif ini sudah cukup komprehensif secara tertulis, implementasi di Indonesia menghadapi tantangan praktis yang signifikan. Banyak penelitian menunjukkan bahwa reputasi global semata tidak otomatis menjamin pengakuan sebagai merek terkenal di Indonesia jika tidak disertai bukti konkret penggunaan atau pengenalan masyarakat Indonesia. Selain itu, sistem pendaftaran konstitutif (*first to file*) di Indonesia memberi keunggulan administratif jelas kepada pihak yang mendaftarkan dahulu,<sup>15</sup> sehingga merek terkenal asing yang belum mendaftarkan harus memenuhi beban pembuktian yang relatif tinggi. Dengan demikian, bentuk perlindungan yang tersedia tidak bersifat otomatis tetapi bersyarat pada keadaan faktual dan administratif tertentu.

Adaptasi norma internasional ke dalam praktik nasional juga tidak selalu mulus. Walaupun Paris Convention dan TRIPS memberi mandat bagi perlindungan merek terkenal, masih terdapat kelemahan dalam definisi operasional dan kriteria yang jelas dalam undang-undang nasional. Beberapa penelitian menemukan bahwa pengadilan Indonesia cenderung berhati-hati dalam menerapkan klaim merek terkenal asing karena interpretasi standar yang belum konsisten. Hal ini memperlihatkan bahwa sekalipun norma sudah tersedia, efektivitas perlindungan masih dikendalikan oleh kesiapan regulasi pelaksana dan penegakan hukum.

Regulasi administratif mengenai pendaftaran merek di Indonesia, seperti diatur dalam Peraturan Menteri Hukum dan HAM No. 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek, menetapkan kriteria pengakuan merek terkenal.<sup>16</sup> Kriteria tersebut meliputi tingkat pengetahuan masyarakat terhadap merek, volume penjualan, serta

---

<sup>15</sup> Prasetyo Kamila, "Kepastian Hukum Atas Pemberlakuan Sistem Pendaftaran Merek First To File Terhadap Merek Terkenal Di Indonesia," *Jurnal Notarius* 1, No. 2 (2022): Hlm.305.

<sup>16</sup> I Gede Mahatma Yogiswara Winatha, A.A.Gede Agung Indra Prathama, And Putu Chandra Kinandana Kayuan, "Comparative Analysis Of Legal Protection And Criteria Of Well-Known Marks (Indonesia, United States, India, China, And Germany)," *Audito Comparative Law Journal (Aclj)* 4, No. 1 (2023): Hlm.48, <https://doi.org/10.22219/Aclj.V4i1.23768>.

jangkauan distribusi baik secara nasional maupun internasional.<sup>17</sup> Penelitian menunjukkan bahwa meskipun sebuah merek telah dikenal secara internasional, pengakuan sebagai merek terkenal di Indonesia tetap sulit ditegakkan tanpa adanya bukti penggunaan atau tingkat pengenalan merek di pasar domestik. Hal ini menegaskan bahwa perlindungan merek tidak hanya bergantung pada norma hukum semata, tetapi juga pada persyaratan administratif dan bukti yang dapat diajukan oleh pemohon, sehingga proses pengakuan merek terkenal menjadi lebih terukur dan objektif.

Dari perspektif analisis menyeluruh, bentuk perlindungan hukum terhadap merek terkenal asing di Indonesia melibatkan tiga komponen utama: Pertama, ketentuan normatif yang memberi landasan hukum, yaitu UU Merek 2016 serta ratifikasi instrumen internasional.<sup>18</sup> Kedua, mekanisme preventif dan represif yang diatur dalam undang-undang seperti larangan pendaftaran dan hak menuntut.<sup>19</sup> Ketiga, syarat administratif dan pembuktian yang menentukan keberhasilan perlindungan, termasuk pendaftaran, penggunaan lokal, dan pengakuan masyarakat.<sup>20</sup> Namun penting untuk dicatat bahwa keberhasilan perlindungan sangat dipengaruhi oleh interpretasi yudisial dan konteks praktis pendaftaran di

---

<sup>17</sup> Rahmad Solling Hamid, Riska Eka Putri Bachtiar, And Riefky Dj Al Idrus, "Peran Saluran Distribusi Dan Aktivitas Pemasaran Sosial Media Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm),"  
*Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan* 13, No. 2 (2024): Hlm.159-160.

<sup>18</sup> Pada Perkembangannya, Indonesia Melakukan Ratifikasi Konvensi Paris Melalui Keputusan Presiden Nomor 4 Tahun 1979 Kemudian Diubah Dengan Keputusan Presiden Nomor 15 Tahun 1997. Sebagai Negara Yang Ikut Serta Dalam Paris Convention For The Protection Of Industrial Property, Uum 1992 Mengatur Pula Pendaftaran Dengan Menggunakan Hak Prioritas, Terbaru Melalui Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2001 Tentang Merek Dan Diperbaharui Dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indokasi Geografis, Baca Selengkapnya Laina Rafianti, "Perkembangan Hukum Merek Di Indonesia," *Fiat Justisia: Jurnal Ilmu Hukum* 7, No. 1 (2013): Hlm.6.

<sup>19</sup> Moh Nafri, "Perlindungan Hukum Terhadap Pemalsuan Merek Dagang Terkenal Asing Di Indonesia," *Maleo Law Journal* 2, No. 1 (2018): Hlm.61.

<sup>20</sup> Jumania Septariani, "Analisis Dampak Penerapan Akuntansi Berbasis Akrual Terhadap Pelaporan Keuangan Badan Pengelola Keuangan Dan Aset Daerah Kabupaten Musi Banyuasin," *Jurnal Ilmiah Akuntansi Rahmaniyah* 2, No. 1 (2019): Hlm.202-203, <https://doi.org/10.51877/jiar.V2i1.61>.

Indonesia.

Secara normatif, sistem pendaftaran merek di Indonesia menekankan hak bagi pihak yang lebih dahulu mendaftarkan merek, sesuai prinsip *first to file*. Namun, kehadiran norma hukum internasional menuntut agar Indonesia tetap memberikan perlindungan terhadap merek yang telah terkenal (*well known marks*),<sup>21</sup> meskipun merek tersebut belum terdaftar di wilayah nasional. Penelitian mengenai merek terkenal asing yang belum terdaftar di Indonesia menunjukkan bahwa meskipun peraturan membuka peluang perlindungan, penerapannya masih cenderung terkonsentrasi pada kasus di mana pendaftar lokal telah memiliki hak pendaftaran lebih dahulu. Perlindungan terhadap merek terkenal asing sebenarnya berada dalam ruang yang relatif terbuka, tetapi hanya dapat dieksekusi apabila memenuhi prasyarat administratif dan bukti yang kuat. Pendekatan ini menegaskan bahwa perlindungan hukum merek di Indonesia merupakan kombinasi antara kepastian hukum bagi pendaftar lokal dan penghormatan terhadap komitmen internasional terhadap hak kekayaan intelektual.

Perlindungan merek terkenal dalam kerangka persaingan usaha memiliki peran ganda, baik secara hukum maupun ekonomi. Secara hukum, perlindungan ini menjamin hak eksklusif pemilik merek,<sup>22</sup> sehingga mencegah pihak lain melakukan *passing off* atau pembajakan merek yang dapat menyesatkan konsumen, sementara dari perspektif ekonomi dan bisnis, perlindungan merek terkenal menjaga integritas pasar dan reputasi merek, karena merek terkenal merupakan aset strategis dengan nilai reputasi yang tinggi. Penelitian menunjukkan bahwa pengakuan dan penegakan hak atas merek terkenal di Indonesia masih menghadapi tidak konsisten, yang muncul dari perbedaan interpretasi hakim mengenai kriteria merek terkenal, variasi bukti yang diterima, serta konflik antara kepemilikan lokal yang telah terdaftar dengan merek internasional yang belum mendaftarkan.

Akibatnya, kepastian hukum yang ideal, di mana perlindungan

---

<sup>21</sup> Baca lebih lanjut Winatha, Prathama, And Kayuan, "Comparative Analysis Of Legal Protection And Criteria Of Well-Known Marks (Indonesia, United States, India, China, And Germany)."

<sup>22</sup> Asep Suryadi, "Pembatalan Merek Terdaftar Dihubungkan Dengan Asas Kepastian Hukum Bagi Pemilik Merek," *Aktualita (Jurnal Hukum)* 2, No. 1 (2019): Hlm.259.

merek terkenal diterapkan secara konsisten dan adil, belum sepenuhnya tercapai. Untuk memperkuat kepastian hukum tersebut, dibutuhkan harmonisasi antara norma nasional dan kewajiban internasional, pedoman administratif yang jelas mengenai kriteria pengakuan merek terkenal, serta pemahaman pengadilan yang konsisten agar perlindungan hukum tidak hanya menjadi norma di atas kertas, tetapi dapat diimplementasikan secara efektif dalam praktik persaingan usaha. Perlindungan merek terkenal tidak hanya melindungi kepentingan pemilik, tetapi juga menjaga keadilan kompetisi dan kepercayaan konsumen di pasar.

Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa perlindungan hukum terhadap merek terkenal asing di Indonesia telah dikembangkan secara regulatif dengan pengakuan internasional dan mekanisme dalam UU Merek 2016. Tetapi, efektivitasnya sangat bergantung pada aspek administratif, pembuktian dan interpretasi yudisial. perlindungan hukum bagi merek terkenal asing di Indonesia, meskipun diatur dalam kerangka perundang-undangan nasional seperti Undang-Undang No.20 Tahun 2016 tentang Merek dan Peraturan Menteri Hukum dan HAM No.67 Tahun 2016, tetap menuntut strategi hukum yang proaktif dari pemilik merek. Strategi tersebut meliputi pendaftaran lokal sejak dini untuk memperoleh hak resmi berdasarkan prinsip *first to file*, dokumentasi penggunaan merek di pasar Indonesia sebagai bukti pengakuan dan reputasi, serta pengawasan terhadap pihak ketiga yang berpotensi mendaftarkan merek serupa atau melakukan pelanggaran hak. Dengan menerapkan langkah-langkah ini secara konsisten, pemilik merek terkenal asing dapat memaksimalkan perlindungan hukum yang tersedia, menegakkan haknya di pengadilan jika terjadi sengketa, dan sekaligus menjaga reputasi merek di pasar domestik. Hal ini menunjukkan bahwa, meskipun regulasi memberikan kerangka normatif dan administratif, efektivitas perlindungan merek terkenal asing sangat bergantung pada kesiapan dan strategi hukum pemilik merek dalam menghadapi dinamika pendaftaran, penggunaan, dan persaingan usaha di Indonesia.

## IV. Analisis Penyebab Kekalahan Tiktok Ltd. Vs Fenfiana Saputra Dalam Putusan Nomor 79/Pdt.Sus-Hki/Merek/2024/Pn Niaga Jkt.Pst

Dalam praktik hukum, Kekalahan TikTok Ltd dalam perkara ini mencerminkan secara jelas dominannya prinsip *first to file* dalam sistem pendaftaran merek di Indonesia, di mana hak atas merek muncul sejak tanggal permohonan pendaftaran diterima oleh instansi yang berwenang, sesuai ketentuan Pasal 1 ayat (5) UU No. 20 Tahun 2016, dan bukan berdasarkan penggunaan atau reputasi internasional merek tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun TikTok Ltd memiliki reputasi global yang tinggi, hak eksklusif atas merek “TikTok” di Indonesia tetap tunduk pada urutan pendaftaran lokal dan bukti penggunaan yang dapat diverifikasi di pasar domestik. Fenomena ini menekankan bahwa reputasi internasional suatu merek tidak otomatis menjamin perlindungan hukum, sehingga bukti penggunaan atau pengenalan merek di pasar lokal menjadi faktor krusial. Sistem *first to file* memberikan kepastian hukum bagi pendaftar lokal yang lebih dahulu mendaftarkan merek, sehingga sengketa dapat diselesaikan berdasarkan dokumen administratif dan kronologi pendaftaran, bukan semata-mata popularitas merek secara global.<sup>23</sup> Selain itu, klaim eksklusivitas merek harus diuji secara kontekstual sesuai kategori barang atau jasa yang didaftarkan, sehingga strategi hukum bagi merek internasional sebaiknya mencakup pendaftaran lokal, dokumentasi penggunaan, dan pengawasan terhadap pendaftar serupa.

Hakim menilai bahwa merek “Tik Tok” milik Fenfiana Saputra telah didaftarkan pada tahun 2009, jauh sebelum TikTok Ltd hadir di Indonesia pada 2018. Oleh sebab itu, klaim TikTok Ltd yang menuntut hak eksklusif atas penggunaan merek untuk kategori barang tertentu tidak memiliki dasar hukum yang kuat. Pendaftaran Fenfiana

---

<sup>23</sup> Rachmadi Usman, *Dasar-Dasar Hukum Kekayaan Intelektual* (Jakarta: Prenada Media, 2021), Hlm.285, <https://books.google.co.id/books?id=-ZVdEAAAQBAJ>.

yang sah dan lebih dahulu merupakan bukti administratif yang menentukan, sehingga pengajuan gugatan TikTok Ltd menghadapi hambatan yuridis. Fakta ini menegaskan bahwa reputasi internasional saja tidak cukup untuk memperoleh perlindungan hukum di Indonesia tanpa pendaftaran lokal yang sah.<sup>24</sup>

Dalam pertimbangan hakim, aspek klasifikasi kelas merek juga menjadi faktor penting.<sup>25</sup> Merek Fenfiana terdaftar dalam kelas barang yang relevan dengan pakaian, sedangkan klaim TikTok Ltd terkait kategori barang yang sama atau serupa. Dalam konteks hukum merek, perbedaan kelas barang atau jasa sangat menentukan ruang lingkup hak eksklusif, sehingga pengajuan klaim TikTok Ltd untuk berbagai jenis barang menimbulkan tumpang tindih dengan hak pendaftar sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa kekalahan TikTok Ltd tidak terkait dengan reputasi merek global, tetapi konsekuensi dari ketentuan kelas barang dan urutan pendaftaran.

Praktik hukum di Indonesia juga menekankan perlunya bukti penggunaan dan pengenalan masyarakat lokal. Pengadilan menilai bahwa TikTok Ltd tidak dapat menunjukkan bukti penggunaan yang signifikan di Indonesia sebelum pendaftaran Fenfiana dilakukan, sehingga klaim perlindungan berdasarkan reputasi internasional tidak cukup untuk mengalahkan hak pemegang merek lokal yang sah. Evaluasi ini menegaskan bahwa pengadilan Indonesia tetap berpegang

---

<sup>24</sup> Reputasi Internasional Sebuah Merek Tidak Cukup Untuk Mendapatkan Perlindungan Hukum Di Indonesia Tanpa Adanya Pendaftaran Lokal Yang Sah, Hal Ini Menekankan Bahwa Asas *Lex Loci Protectionis* Menekankan Pentingnya Kepatuhan Terhadap Prosedur Nasional Dan Pendaftaran Lokal, Sekaligus Memberikan Kepastian Hukum Bagi Pemilik Merek Yang Terlebih Dahulu Mendaftar Di Wilayah Hukum Indonesia, Ananda Bunga Neesya Et Al., "Pendekatan Hukum Perdata Internasional Dalam Penyelesaian Sengketa Hak Kekayaan Intelektual Di Bidang Merek: Kasus Puma (Jerman) Vs Puma (Indonesia)," *Causa: Jurnal Hukum Dan Kewarganegaraan* 15, No. 12 (October 23, 2025): Hlm.279, <https://doi.org/10.3783/Causa.V2i9.2461>.

<sup>25</sup> Peraturan Pemerintah No.24 Tahun 1993 Tentang Kelas Barang Atau Jasa Bagi Pendaftaran Merek Menerangkan Bahwa Pada Kelas Barang 25 Terdiri Dari Pakaian, Alas Kaki, Dan Tutup Kepala. Dalam Kasus Ini Merek Yang Di Daftarkan Oleh Fenfiana Saputra Dengan Nama "Tiktok" Merupakan Produk Pakaian Bayi, Yudhitiya Dyah Sukmadewi, "Pendaftaran Merek Asosiasi Sebagai Merek Kolektif (Kajian Terhadap Asosiasi Rajut Indonesia Wilayah Jawa Tengah)," *Jurnal Ius Constituendum* 2, No. 1 (2017): Hlm. 123, <https://doi.org/10.26623/Jic.V2i1.547>.

pada prinsip administratif dan temporal, serta memperhatikan bukti konkret penggunaan merek dalam yurisdiksi nasional.

Selain itu, tidak ditemukan unsur itikad tidak baik dalam pendaftaran merek Fenfiana. Pendaftaran dilakukan pada 2009, saat merek TikTok Ltd bahkan belum dikenal di Indonesia maupun secara global. Hakim menilai bahwa Fenfiana tidak berniat memanfaatkan reputasi TikTok Ltd atau menghalangi hak pihak asing, sehingga klaim TikTok Ltd terkait bad faith registration ditolak. Keputusan ini menegaskan bahwa asas itikad baik dan urutan pendaftaran merupakan faktor kritis dalam sengketa merek di Indonesia.<sup>26</sup>

Secara keseluruhan, praktik hukum yang terlihat dalam putusan ini menegaskan beberapa hal penting: pertama, prinsip *first to file* menjadi dasar yuridis utama dalam sengketa merek di Indonesia. Kedua, kelas barang/jasa dan bukti penggunaan lokal menjadi parameter utama dalam evaluasi klaim perlindungan merek terkenal asing. Ketiga, reputasi internasional tidak cukup menjadi alasan untuk menuntut hak eksklusif, terutama bila hak administratif pendaftar lokal sudah sah dan lebih dahulu. Keempat, pengadilan menilai itikad baik pendaftar lokal sebagai elemen penting untuk memastikan keadilan dalam persaingan usaha.

Kasus ini memberikan pelajaran praktis bagi perusahaan asing bahwa untuk memperoleh perlindungan hukum di Indonesia, pendaftaran merek lokal lebih awal dan dokumentasi penggunaan di pasar Indonesia sangat krusial. Keputusan hakim menegaskan bahwa sistem *first to file* dan ketentuan kelas barang tidak dapat diabaikan meskipun pemilik merek asing memiliki reputasi internasional yang tinggi. Hal ini juga menekankan pentingnya strategi hukum yang komprehensif bagi merek terkenal asing untuk menyesuaikan diri dengan regulasi nasional.

Dengan demikian, kekalahan TikTok Ltd dalam perkara ini bukanlah penolakan terhadap reputasi merek terkenal, tetapi konsekuensi dari aturan administratif, klasifikasi kelas barang, bukti

---

<sup>26</sup> Olivia Laksmo And Christine S.T. Kansil, "Pelindungan Hukum Merek Terkenal Puma Terhadap Pemboncengan Reputasi (Passing Off) Oleh Merek Pumada Dikaitkan Dengan Penerapan Asas Itikad Baik (Analisis Putusan Pengadilan Negeri Jakarta Pusat No. 10/Pdt.Sus.Merek/2020/Pn.Niagajkt.Pst.)," *Jurnal Hukum Adigama* 3, No. 2 (2020): Hlm.459-462, <https://doi.org/10.24912/Adigama.V3i2.10576>.

penggunaan lokal, dan prinsip itikad baik yang diterapkan secara konsisten oleh pengadilan. Kasus ini menegaskan karakter hukum merek di Indonesia yang mengutamakan kepastian hukum dan perlindungan pendaftar yang sah, sekaligus memberi ruang bagi pemilik merek terkenal asing untuk beradaptasi dengan persyaratan administratif dan prosedural nasional.

## V. Kesimpulan

Perlindungan hukum terhadap merek terkenal asing di Indonesia juga erat kaitannya dengan asas *lex loci protectionis*, yaitu prinsip hukum internasional yang menyatakan bahwa perlindungan hak kekayaan intelektual diatur dan berlaku sesuai dengan hukum negara tempat perlindungan tersebut diminta. Dengan demikian, meskipun suatu merek telah memiliki reputasi global atau terdaftar di banyak negara, perlindungan hukumnya di Indonesia tetap tunduk pada ketentuan nasional, yakni Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis serta peraturan pelaksanaannya. Prinsip ini mempertegas bahwa hak eksklusif atas suatu merek baru diakui apabila pendaftarannya dilakukan di wilayah hukum Indonesia, sesuai dengan sistem *first to file* yang dianut. Oleh karena itu, reputasi internasional tidak otomatis memberikan hak perlindungan tanpa memenuhi prosedur administratif dan bukti penggunaan di pasar lokal sesuai hukum nasional.

Dalam konteks perkara *TikTok Ltd. vs Fenfiana Saputra*, penerapan asas *lex loci protectionis* tampak jelas. Meskipun TikTok memiliki reputasi internasional yang luas, pengadilan Indonesia menilai sengketa berdasarkan hukum nasional Indonesia, bukan berdasarkan ketenaran global merek tersebut. Karena Fenfiana telah mendaftarkan mereknya terlebih dahulu di Indonesia dengan itikad baik, maka hak hukum atas merek tersebut dilindungi oleh sistem hukum nasional sesuai asas *lex loci protectionis*. Kasus ini menunjukkan bahwa perlindungan merek terkenal asing hanya efektif apabila pemiliknya secara aktif menyesuaikan diri dengan sistem hukum di negara tempat perlindungan diminta. Dengan kata lain, *lex loci protectionis* menegaskan pentingnya pendaftaran dan kepatuhan terhadap prosedur nasional sebagai dasar utama pengakuan dan penegakan hak merek asing di Indonesia.

## VI. Daftar Pustaka

- Abdurahman, Humaedi. "Asas First To File Principal Dalam Kasus Hak Merek Nama Terkenal Bensu." *Aktualita (Jurnal Hukum)* 3, no. 1 (2020): 428-43. <https://doi.org/10.29313/aktualita.v0i0.6056>.
- Aldison, Keven Dicky, Sunarjo Sunarjo, and Hendra Djaja. "Kajian Yuridis Tentang Merek Terkenal Dan Upaya Hukum Terhadap Pelanggarannya." *Jurnal Cakrawala Hukum* 12, no. 1 (2021): 41-50. <https://doi.org/10.26905/idjch.v12i1.5723>.
- Asmara, Andre, Sri Walny Rahayu, and Sanusi Bintang. "Studi Kasus Penerapan Prinsip Pendaftaran First to File Pada Pembatalan Merek Cap Mawar (Putusan MARI Nomor 512 K/Pdt.Sus-HKI/2016)." *Syah Kuala Law Journal* 3, no. 2 (2019): 184-201. <https://doi.org/10.24815/sklj.v3i2.11899>.
- Budiman, Citra Rosa. "Legal Protection of Famous Trademarks (Well-Known) in Indonesia." *Reformasi Hukum* 23, no. 1 (2019).
- Devi, Sita Nur Ramdhani, and AlQodar Purwo Sulisty. "Analisis Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Merek Dagang Asing Yang Terkenal Dari Pelanggaran Di Indonesia." *UNES Journal of Swara Justisia* 8, no. 2 (2024): 258-75. <https://doi.org/https://doi.org/10.31933/abavev36>.
- Hamid, Rahmad Solling, Riska Eka Putri Bachtiar, and Riefky Dj Al Idrus. "Peran Saluran Distribusi Dan Aktivitas Pemasaran Sosial Media Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkh)." *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan* 13, no. 2 (2024): 159-68.
- Hans, Michael. "Upaya Hukum Yang Dapat Dilakukan Licensee Terhadap Pelanggaran Merek | Klinik Hukumonline." *Hukum Online*, April 1, 2025. <https://www.hukumonline.com/klinik/a/upaya-hukum-yang-dapat-dilakukan-licensee-terhadap-pelanggaran-merek-cl4182/>.
- Hasibuan, Khadijah, OK. Saidin, Jelly Leviza, and Chairul Bariah. "Perlindungan Hukum Merek Terkenal Terhadap Perbuatan Pembongcengan Reputasi (Studi Putusan No. 18 PK/Pdt.Sus-HKI/2021)." *Locus Journal of Academic Literature Review* 1, no. 5 (2022).

- Kamila, Prasetyo. "Kepastian Hukum Atas Pemberlakuan Sistem Pendaftaran Merek First to File Terhadap Merek Terkenal Di Indonesia." *Jurnal Notarius* 1, no. 2 (2022).
- Laksmono, Olivia, and Christine S.T. Kansil. "Perlindungan Hukum Merek Terkenal PUMA Terhadap Pemboncengan Reputasi (Passing Off) Oleh Merek PUMADA Dikaitkan Dengan Penerapan Asas Itikad Baik (Analisis Putusan Pengadilan Negeri Jakarta Pusat No. 10/Pdt.Sus.Merek/2020/PN Niaga Jkt.Pst.)." *Jurnal Hukum Adigama* 3, no. 2 (2020): 445-69. <https://doi.org/10.24912/ADIGAMA.V3I2.10576>.
- Nafri, Moh. "Perlindungan Hukum Terhadap Pemalsuan Merek Dagang Terkenal Asing Di Indonesia." *Maleo Law Journal* 2, no. 1 (2018): 52-67.
- Neesya, Ananda Bunga, Disie sugihastuti Danoewijaya, Gita amelia Lestari, Marsaulina A. Sihombing, Suci Aulia, and Yenny Febrianty. "Pendekatan Hukum Perdata Internasional Dalam Penyelesaian Sengketa Hak Kekayaan Intelektual Di Bidang Merek: Kasus PUMA (Jerman) vs. PUMA (Indonesia)." *Causa: Jurnal Hukum Dan Kewarganegaraan* 15, no. 12 (October 23, 2025): 271-80. <https://doi.org/10.3783/causa.v2i9.2461>.
- Oktavia, Ovi Dewi, and Albertus Sentot Sudarwanto. "Perlindungan Hukum Pemilik Merek Terkenal Yang Belum Terdaftar Di Indonesia (Studi Kasus Sengketa Merek 'STARBUCKS')." *Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities* 5, no. 1 (2025): 43-49.
- Rafianti, Laina. "Perkembangan Hukum Merek Di Indonesia." *FIAT JUSTISIA: Jurnal Ilmu Hukum* 7, no. 1 (2013).
- Septariani, Jumania. "Analisis Dampak Penerapan Akuntansi Berbasis AkruaL Terhadap Pelaporan Keuangan Badan Pengelola Keuangan Dan Aset Daerah Kabupaten Musi Banyuasin." *Jurnal Ilmiah Akuntansi Rahmadiyah* 2, no. 1 (2019). <https://doi.org/10.51877/jiar.v2i1.61>.
- Sukmadewi, Yudhitiya Dyah. "Pendaftaran Merek Asosiasi Sebagai Merek Kolektif (Kajian Terhadap Asosiasi Rajut Indonesia Wilayah Jawa Tengah)." *Jurnal Ius Constituendum* 2, no. 1 (2017). <https://doi.org/10.26623/jic.v2i1.547>.
- Suryadi, Asep. "Pembatalan Merek Terdaftar Dihubungkan Dengan Asas Kepastian Hukum Bagi Pemilik Merek." *Aktualita (Jurnal*

- Hukum*) 2, no. 1 (2019).
- Tahitu, Meimei Yemima, Dientje Rumimpunu, and Sarah D. L. Roeroe. “Perlindungan Hukum Bagi Pemilik Merek Terhadap Pengguna Merek Tanpa Hak Yang Mempunyai Persamaan Pada Pokoknya.” *Lex Crimen* 13, no. 5 (2025): 1–22.
- Usman, Rachmadi. *Dasar-Dasar Hukum Kekayaan Intelektual*. Jakarta: Prenada Media, 2021. <https://books.google.co.id/books?id=-ZVdEAAAQBAJ>.
- Winatha, I Gede Mahatma Yogiswara, A.A.Gede Agung Indra Prathama, and Putu Chandra Kinandana Kayuan. “Comparative Analysis of Legal Protection and Criteria of Well-Known Marks (Indonesia, United States, India, China, and Germany).” *Audito Comparative Law Journal (ACLJ)* 4, no. 1 (2023). <https://doi.org/10.22219/aclj.v4i1.23768>.
- Yanto, Oksidelfa. “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* 3, no. 1 (2019): 23–45. <https://doi.org/10.33476/ajl.v3i1.833>.

\*\*\*

### **Ucapan Terimakasih**

Penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan artikel ini. Apresiasi khusus disampaikan kepada para informan dan tokoh adat Mandar atas keterbukaan dan kontribusi pengetahuan yang sangat berharga. Penulis juga berterima kasih kepada institusi afiliasi atas dukungan akademik dan fasilitas penelitian, serta kepada para reviewer anonim atas masukan konstruktif yang membantu meningkatkan kualitas naskah ini. Segala kekurangan yang masih terdapat dalam artikel ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

### **Informasi Pendanaan**

Penelitian ini didanai secara mandiri oleh penulis.

### **Pernyataan Benturan Kepentingan**

Para penulis menyatakan bahwa **tidak terdapat benturan kepentingan** dalam publikasi artikel ini.

### **Pernyataan Etika Publikasi dan Orisinalitas**

Para penulis menegaskan bahwa penelitian ini merupakan karya yang sepenuhnya orisinal. Naskah ini belum pernah dipublikasikan, baik dalam bentuk cetak, daring, maupun media lainnya, serta tidak sedang diajukan ke jurnal lain untuk proses penelaahan. Seluruh sumber yang dicantumkan dalam daftar pustaka telah ditulis sesuai dengan kaidah dan etika sitasi akademik yang berlaku.

*This page intentionally  
left blank*