

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PEMEGANG HAK MEREK MENURUT UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS

Dwi Atmoko

dwi.atmoko@dsn.ubharajaya.ac.id

Fakultas Hukum Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

ABSTRAK

Perlindungan terhadap pemegang merek merupakan hal yang penting, terutama dalam kegiatan usaha, Kepastian hukum merupakan dasar pokok yang utama karena menyangkut kestabilan dan reputasi suatu produk barang atau jasa dalam suatu usaha. Kunci kesuksesan bagi para pelaku usaha tergantung reputasi merek yang disandangnya, baik karena hal itu memberikan khasiat atau manfaat bagi orang banyak. Pemerintah Indonesia mengakomodir kegiatan tersebut dengan mengeluarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang memuat tentang hak merek dengan memberikan kepastian dan jaminan hukum bagi para pemegang Merek. Jaminan kepastian hukum sangatlah penting karena mengingat di dunia usaha yang sangat kompetitif dan teknologi yang semakin canggih reputasi dan citra suatu merek merupakan kunci dari keberhasilan suatu bidang usaha, penyalahgunaan atau pemakaian merek secara melawan hukum memberikan konsekuensi tegas bagi para pelanggarnya, sekaligus memberikan perlindungan hukum bagi pemegang merek, dimana mereka dengan peristiwa tersebut, mereka dapat mengajukan gugatan secara pidana maupun perdata terhadap produsen lain yang melanggar hak mereka. Undang- Undang Nomor 20 Tahun 2016 juga memberikan panduan bagaimana para pemegang merek untuk mendaftarkan dan sekaligus untuk mendapatkan sertifikat merek sehingga tiap pelaku pemegang merek tidak dilanggar haknya oleh pihak lain. Selain itu negara Indonesia dalam aspeknya menganut sistem terkait tentang hak merek hanya mengakui “*first to file*” sehingga yang pendaftar pertama kali adalah yang berhak atas kepemilikan suatu merek.

Kata Kunci: Perlindungan Pemegang Hak Merek

ABSTRACT

Protection of brand holders is important, especially in business activities, legal certainty is the main basis of poko because it involves the stability and reputation of a product or service in a business. The key to success for business people depends on the reputation of the brand they carry, both because it provides benefits or benefits to many people. The Indonesian government accommodates these activities by issuing law number 20 of 2016 concerning Trademarks and Geographical

Indications, which contains trademark rights by providing certainty and legal guarantees for holders of trademarks. Legal certainty is very important because in the highly competitive business world and technology, the more sophisticated the reputation and image of a brand is the key to the success of a business, unlawful misuse or use of the brand has severe consequences for violators, while providing legal protection for brand holders, where they are with the event, they can file criminal or civil lawsuits against other producers who violate their rights. Law No. 20 of 2016 also provides guidance on how brand holders to register and at the same time obtain brand certificates so that each brand holder is not violated by other parties. In addition to the State of Indonesia, in the related system aspect, Trademark rights only recognizes "first to file" so that the first registrant is entitled to ownership of a brand.

Keywords: *Protection of Trademark Holders*

I. PENDAHULUAN

Perdagangan merupakan suatu kegiatan bisnis yang terus tumbuh dan berkembang. Di era globalisasi, merek mempunyai peranan sangat penting bagi para pengusaha dalam dunia bisnis karena dengan adanya merek yang memberi tanda pada barang dan jasa yang diperdagangkan maka masyarakat akan mengenal produk yang dibelinya atau jasa yang dipergunakan.

Pengertian merek di dalam Pasal 1 butir 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek, memberikan definisi merek sebagai tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.¹

Pada dasarnya merek digunakan untuk membedakan barang atau produksi satu perusahaan dengan barang atau jasa produksi perusahaan lain yang sejenis. Dengan kata lain merek adalah tanda pengenal asal barang dan jasa bersangkutan dengan produsennya, sehingga menggambarkan jaminan kepribadian (*individuality*) dari barang dan jasa hasil usahanya sewaktu diperdagangkan.²

¹ Pasal 1 butir 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

² Suyud Margono dan Longginus Hadi, *Pembaharuan Perlindungan Merek*, Jakarta: CV. Novindo Pustaka Mandiri, 2002. hal. 28.

II. PEMBAHASAN

Merek adalah sesuatu yang ditempelkan atau dilekatkan pada suatu produk, tetapi ia bukan produk itu sendiri. Sering kali setelah barang dibeli, mereknya tak dapat dinikmati oleh pembeli. Merek mungkin hanya menimbulkan kepuasan saja bagi pembeli. Benda materilnyalah yang dapat dinikmati. Merek itu sendiri ternyata hanya benda immateril yang tak dapat memberikan apapun secara fisik. Inilah yang membuktikan bahwa merek itu merupakan hak kekayaan immateril.³

Untuk mendapatkan proteksi yang kuat sebaiknya dicari merek yang tidak mengambil kata-kata yang umum. Seandainya bukan merupakan kata umum tetapi harus dipilih kata yang merupakan gabungan dari beberapa kata sehingga mengakibatkan merek itu menjadi *invention name* atau *point word* dan mempunyai kekhasan tertentu.⁴

Merek merupakan salah satu bagian dari hak atas kekayaan intelektual (HAKI). Saat ini, HAKI menjadi sangat penting mengingat perannya yang begitu besar bagi kehidupan industri dan perdagangan internasional.⁵ Tujuan yang sesungguhnya dari HAKI adalah memberi perlindungan bagi perusahaan-perusahaan pemilik HAKI terhadap perusahaan-perusahaan pesaing yang menjual langsung produk-produk atau jasa sebagai persaingan.⁶

Persaingan industri yang terjadi hampir di semua negara di dunia, telah mendorong persaingan yang sangat ketat, terutama dalam memasarkan produk sejenis kenegara lain. Dalam dunia bisnis seringkali ditemukan praktek yang dikategorikan sebagai persaingan curang seperti pemalsuan merek. Praktek-praktek demikian sangat di khawatirkan oleh negara-negara penghasil barang terutama bagi negara-negara maju. Jika terbicara mengenai HAKI bukan lagi berbicara mengenai bagaimana terjadi persaingan yang jujur untuk menjaga perusahaan yang satu dengan yang lain tetapi juga mengenai bagaimana

³ H. OK. Saidin. *Aspek Hukum Hak Kekayaan intelektual (Intellectual Property Rigths)*, Jakarta: PT Radjagrafindo Persada, 2003, hal. 330.

⁴ Insan Budi Maulana, *Bianglala HaKI (Hak Kekayaan Intelektual)*, Jakarta: Badan penerbit Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2005. hal. 40.

⁵ Cita Citrawinda Priapantja, *Hak Kekayaan Intelektual: Tantangan Masa Depan*, Jakarta: Badan penerbit Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2003. hal. 3.

⁶ *Ibid.*

melindungi konsumen.⁷

Negara-negara maju mendesak negara-negara berkembang untuk mengatur perlindungan merek di negaranya. Hal ini penting, mengingat bahwa perlindungan hukum terhadap merek merupakan komitmen nasional dalam pembangunan dan perkembangan ekonomi yang berlangsung dengan pesat. Sebagai negara hukum, maka setiap langkah perkembangan di bidang hukum yang dilakukan di Indonesia merupakan hal yang harus dipertimbangkan dengan sungguh-sungguh. Hal ini disebabkan karena dalam upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang akan memberi pengaruh luas terhadap nama baik bangsa dan negara dimata internasional.

Hak atas merek, erat kaitannya dengan penyelenggaraan kehidupan dan upaya peningkatan kehidupan ekonomi maupun perdagangan. Peran merek semakin penting karena berkaitan dengan pembangunan dan pengembangan sumber daya manusia sebagai sumber karya intelektual, untuk meningkatkan perlindungan di bidang merek, Indonesia perlu menyempurnakan perangkat hukum, maksudnya adalah agar semua pihak yang terkait tidak akan mengalami kerugian.

Merek yang mempunyai ciri khas dan yang mudah diingat oleh para konsumen atau masyarakat membuat suatu produk yang baru dikeluarkan oleh suatu perusahaan dapat laku di pasaran terlebih lagi apabila harga dari produk tersebut dapat dijangkau oleh masyarakat. Merek merupakan daya pembeda dari produk atau jasa yang satu dengan produk atau jasa yang lain. Namun di antara para pengusaha yang memiliki jenis usaha yang sama banyak terjadi persaingan, baik persaingan itu dilakukan dengan cara sehat maupun cara yang tidak sehat. Salah satu bentuk persaingan yang digunakan oleh para pengusaha untuk menjual barang atau produk mereka adalah dengan memberi merek dari produk dan atau jasa yang telah didaftarkan maupun yang telah dipasarkan.

Dengan sistem konstitutif ini barang siapa yang mereknya terdaftar dalam Daftar Umum Kantor Merek maka dialah yang berhak atas merek tersebut.⁸ Sistem ini menjamin adanya kepastian hukum yaitu berupa keuntungan kepada

⁷ Insan Budi Maulana, *Op. cit.* hal. 40.

⁸ Suyud Margono dan Longginus Hadi, *Op. cit.* hal. 32.

pendaftar (pemilik/pemegang merek yang sah) yang pendaftarannya diterima sebagai merek dalam bentuk sertifikat sebagai bukti hak atas merek sekaligus dianggap sebagai pemakai pertama dari merek yang didaftarkan tersebut.

Banyaknya pembajakan terhadap merek-merek terkenal tersebut sudah barang tentu menimbulkan suatu kerugian yang bukan saja dialami oleh para pemilik merek itu sendiri, tapi juga oleh negara yang kehilangan potensi pemasukan pajak dari barang-barang yang diperdagangkan tersebut, dan terlebih lagi hal itu juga ikut menambah citra buruk Indonesia dalam masalah perlindungan HAKI khususnya dalam perlindungan merek terdaftar di mata dunia internasional.

Karena sengketa di bidang merek dapat mengganggu kegiatan perekonomian baik secara regional maupun Internasional, maka diperlukan adanya suatu mekanisme pengendalian yang berupa cara-cara ataupun mekanisme penyelesaian sengketa. Hal tersebut bisa melalui jalan kekerasan maupun dengan jalan damai. Penyelesaian sengketa secara damai dapat ditempuh baik dengan jalur litigasi (pengadilan) atau non litigasi (di luar pengadilan). Ketentuan mengenai penyelesaian sengketa merek tersebut telah diatur secara khusus dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Dengan adanya persaingan yang dilakukan oleh para pengusaha dengan melakukan peniruan terhadap merek dari suatu produk atau jasa dan sistem pendaftaran di Indonesia yang belum berjalan sebagaimana mestinya, maka dapat dilihat bahwa masih begitu banyaknya bentuk pelanggaran-pelanggaran yang terjadi terhadap perlindungan merek yang telah terdaftar di Indonesia.

Merek digunakan untuk membedakan barang atau jasa produk satu perusahaan dengan barang atau jasa produksi perusahaan lain yang sejenis. Merek harus memiliki daya pembeda yang cukup (*capable of distinguishing*), artinya memiliki kekuatan untuk membedakan barang atau jasa produk satu perusahaan dari perusahaan lainnya.⁹

Untuk memenuhi fungsinya, merek digunakan dalam kegiatan

⁹ Suyud Margono dan Longginus Hadi, *Op. cit*, hal. 32.

perdagangan barang atau jasa. Adapun fungsi merek adalah sebagai berikut:¹⁰

- 1) Tanda pengenal untuk membedakan produk perusahaan yang satu dengan produk perusahaan yang lain (*product identity*) fungsi ini juga menghubungkan barang atau jasa dengan produksinya sebagai jaminan reputasi hasil usaha ketika di diperdagangkan;
- 2) Sarana promosi dagang (*means of trade promotions*). Promosi tersebut dilakukan melalui iklan produsen atau pengusaha yang memperdagangkan barang atau jasa. Merek merupakan salah satu *goodwill* untuk menarik kansumen, merupakan simbol pengusaha untuk memperluas pasar produk atau barang dagangannya;
- 3) Jaminan atas mutu barang atau jasa (*Quality guarantee*). Hal ini tidak hanya menguwungkan produksi pemilik merek saja melainkan juga perlindungan jaminan mutu barang atau jasa bagi konsumen;
- 4) Penunjukan asal barang atau jasa yang dihasilkan (*source of origin*). Merek merupakan pengenal asal barang atau jasa yang dihubungkan dengan daerah atau negara asalnya.

Dalam dunia merek dikenal ada enam prinsip pokok yang terkandung dan terjabar dalam dalam undang-undang tentang merek. Ke-enam prinsip tersebut adalah sebagai berikut:¹¹

Pertama, lingkup pengaturan. Bila dibandingkan dengan undang-undang merek 1961, lingkup pengaturan undang-undang merek 1992 menjadi lebih luas. Hal ini diawali pada judulnya. Berbeda dengan undang-undang merek 1992 yang membatasi pada merek perusahaan dan merek perniagaan, Undang-Undang Merek Tahun 1961 hanya memakai judul merek. Pertimbangannya antar lain, dan ini yang terutama, karena merek perusahaan dan merek perniagaan pada kenyataannya hanya mengacu pada siapa yang berhak atas merek. Sedangkan dari segi obyek yang diaturnya, kedua jenis tadi pada kenyataannya hanya berbicara tentang obyek yang sama, merek dagang.

¹⁰ Abdulkadir Muhammad, *Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*, Bandung: Citra Aditya Bhakti, 2001. hal. 120.

¹¹ GATT, TRIPS DAN Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI), Mahkamah Agung, 1998, hal. 239-242

Adapun merek lainnya yaitu merek jasa sama sekali tidak dijangkau.

Kedua, undang-undang merek tidak lagi menggunakan prinsip pemakaian pertama, atau yang lazim dikenal dengan sistem deklaratif. Sebaliknya undang-undang ini merupakan sistem konstitutif. Dengan prinsip ini yang dipakai adalah prinsip pendaftaran. Pertimbangan terpenting dari langkah pemilihan sistem ini adalah lebih terwujudnya kepastian hukum. Dalam sistem yang baru ini, ditumbuhkan dan akan berlangsung apabila merek tersebut dimintakan pendaftaran. Sekalipun sama-sama menerapkan pendaftaran, tetapi sistem ini sama sekali tidak menggunakan anggapan hukum seperti yang tumbuh dalam prinsip pemakaian pertama yang lahir dari sistem deklaratif.

Ketiga, diintroduksinya lembaga pengumuman permintaan pendaftaran merek. Dengan lembaga ini, masyarakat akan memperoleh informasi yang seluas-luasnya dan memberi kesempatan kepada mereka yang berkepentingan dengan adanya permintaan pendaftaran untuk mengajukan pandangan atau keberatan terhadapnya. Melalui cara ini, pemeriksaan terhadap suatu permintaan pendaftaran merek tidak berlangsung semata-mata berdasarkan kelengkapan persyaratan formal. Dengan adanya lembaga pengumuman yang memungkinkan diajukannya pandangan atau keberatan terhadap pendaftaran permintaan merek, pemeriksaan berlangsung setelah selesainya masa pengumuman. Dengan mekanisme ini pula pemeriksaan akan berlangsung secara substantif. Ini berarti, ditumbuhkannya keikutsertaan masyarakat secara aktif dalam sistem merek yang baru. Dalam hal ini ditegaskan dengan adanya kemungkinan penghapusan dan pembatalan merek yang telah terdaftar atas dasar alasan dan dengan tatacara tertentu.

Keempat, diakomodasikannya kemungkinan permintaan pendaftaran merek dengan menggunakan hak prioritas. hal ini diperlukan karena undang-undang merek 1961 sama sekali menutup kemungkinan tadi. Sebagai anggota konvensi paris, sudah sepantasnya apabila Indonesia juga mengakomodasi anggota konvensi paris. Prioritas dalam hal ini, perlu dihindarkan dari soal-soal dapat mengajukan dan juga dari soal jangka waktu enam bulan tadi. Sebenarnya, pengertian prioritas dalam masalah ini, lebih berkaitan dengan hak

untuk menggunakan tanggal penerimaan permintaan pendaftaran atau *filing date*. Seperti halnya dalam sistem paten, introduksi dan kegunaan lebih berkaitan dengan siapa yang lebih dahulu mengajukan permintaan pendaftaran.

Kelima, dalam Undang-undang merek 1992 dimungkinkan pengalihan pemilikan dan penggunaan hak atas merek. Lisensi dimungkinkan, kemungkinan ini diberikan untuk menciptakan iklim usaha yang lebih dinamis, dan sesuai dengan kebutuhan dunia usaha itu sendiri.

Keenam, diintroduksinya ancaman pidana terhadap pelanggaran dibidang merek, yang pada dasarnya dikualifikasi sebagai tindak pidana pemalsuan, dan persaingan curang. Selain itu, juga diberikan ancaman pidana terhadap kegiatan penyebarluasan barang-barang hasil tindak pidana dibidang merek, yang pada akhirnya akan merugikan masyarakat sebagai konsumen.

Merek tidak dapat didaftar apabila Merek tersebut mengandung salah satu unsur di bawah ini:¹²

- 1) Bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, moralitas agama, kesusilaan, atau ketertiban umum;
- 2) Sama dengan, berkaitan dengan atau hanya menyebut barang dan atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya memuat unsur yang dapat menyesatkan masyarakat tentang asal, kualitas, jenis, ukuran, macam, tujuan penggunaan barang dan atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya atau merupakan nama varietas tanaman yang dilindungi untuk barang dan atau jasa yang sejenis memuat keterangan yang tidak sesuai dengan kualitas, manfaat atau khasiat dari barang atau jasa yang diproduksi; atau.
- 3) Tidak memiliki daya pembeda dan atau merupakan nama umum dan atau lambang milik umum.

Merek Kolektif adalah Merek yang digunakan pada barang dan atau jasa dengan karakteristik yang sama yang diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa sejenis lainnya.

Lisensi adalah izin yang diberikan oleh pemilik Merek terdaftar kepada

¹² Republik Indonesia, Pasal 20, UU No 20 Tahun 2016 tentang Merek dan indikasi Geografis.

pihak lain melalui suatu perjanjian berdasarkan pada pemberian hak (bukan pengalihan hak) untuk menggunakan merek tersebut, baik untuk seluruh atau sebagian jenis barang dan/atau jasa didaftarkan dalam jangka waktu dan syarat tertentu.

Hal ini tentu berbeda dengan hak cipta dimana merek harus terlebih dahulu didaftarkan terlebih dahulu, agar setiap produsen atau pengusaha mempunyai jaminan perlindungan hukum terhadap merek yang mereka miliki sebelumnya. Selanjutnya dalam dunia persaingan dan perdagangan yang pesat dengan diiringi teknologi yang tentunya akan memicu kompetitif dalam bidanusaha maka peran HAKI sangatlah penting terutama dalam bidang merek.

Di negara Indonesia sendiri menganut sistem *'first to file'* sehingga dikatakan bahwa barang siapa pertama kali mendaftarkan dalam HAKI terutama merek maka dia yang berhak atas merek tersebut. Munculnya UU Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis merupakan wujud pemerintah dalam mengakomodir aspek yuridis para pelaku usaha sehingga usaha perdagangan baik perorangan ataupun badan usaha bisa menjamin secara hukum kegiatan ekonomi secara keseluruhan

Selanjutnya hak prioritas adalah hak pemohon untuk mengajukan permohonan yang berasal dari negara yang tergabung dalam *Paris Convention for the Protection of Industrial Property* atau *Agreement Establishing the World Trade Organization* untuk memperoleh pengakuan bahwa tanggal penerimaan di negara asal merupakan tanggal prioritas di negara tujuan yang juga anggota salah satu dari kedua perjanjian itu selama pengajuan tersebut dilakukan dalam kurun waktu yang telah ditentukan berdasarkan *Paris Convention*.

Kemudian dari aspek yuridis masalah merek menjadi sangat penting sehingga perlu adanya perlindungan dan kepastian hukum bagi pemegang merek sekaligus memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen agar tidak tertipu dengan merek lain. Penyalahgunaan seperti merek aspal atau (asli tapi palsu) merupakan momok bagi para konsumen dan itu banyak terjadi baik di kota besar maupun di daerah terpencil di wilayah Indonesia, sehingga perlunya pengawasan dan monitoring dari pihak pemerintah.

Dalam perannya pemerintah sebagai mana diamanatkan Pasal 25 UU Nomor 20 Tahun 2016 memberikan perlindungan dengan memberikan atau menerbitkan Sertifikat Merek:

1). Sertifikat Merek diterbitkan oleh Menteri sejak merek tersebut didaftar. Sertifikat Merek sebagaimana dimaksud pada ayat (1) memuat:

- a) Nama dan alamat pemilik merek yang di daftar;
- b) Nama dan alamat lengkap kuasa dalam hal permohonan melalui kuasa;
- c) Tanggal penerimaan;
- d) Nama negara dan tanggal penerimaan permohonan yang pertama kali dalam hal permohonan dilakukan dengan menggunakan hak prioritas;
- e) Label merek yang didaftarkan, termasuk keterangan mengenai macam warna jika merek tersebut menggunakan unsur warna, dan jika merek menggunakan bahasa asing, huruf selain huruf latin dan atau angka yang tidak lazim digunakan dalam bahasa Indonesia disertai terjemahannya dalam bahasa Indonesia, huruf latin dan angka yang lazim digunakan dalam bahasa Indonesia serta cara pengucapan dalam ejaan latin;
- f) Nomor dan tanggal pendaftaran;
- g) Kelas dan jenis barang dan atau jasa merek yang didaftar;
- h) Jangka waktu berlakunya pendaftaran merek.

2). Dalam hal sertifikat merek yang telah diterbitkan tidak diambil oleh pemilik merek dalam jangka waktu paling lama 18 (delapan belas) bulan terhitung tanggal penerbitan sertifikat. Merek yang telah terdaftar dianggap ditarik kembali dan dihapuskan.

III. PENUTUP

Kesimpulan

Perlindungan merek bagi para pemegang merek sangatlah penting karena dengan adanya hal tersebut mereka bisa lebih leluasa dalam mengembangkan usahanya. Peranan UU Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis memberikan perlindungan bagi para pemegang merek yang terdaftar dalam daftar umum pemegang merek sekaligus memberikan hak eksklusif untuk

mempergunakan dalam bidang usahanya.

Dengan memiliki sertifikat merek mereka yang memilikinya tidak ragu dalam menggunakan merek tersebut dan sekaligus merupakan ajang pembuktian atas apa yang mereka miliki. Selain itu sertifikat merek yang ada pada mereka merupakan suatu alat pembuktian, dimana mungkin dikemudian hari ada yang menggugat merek yang mereka gunakan dan bisa juga digunakan sebagai alat untuk menggugat pihak lain apabila ada yang menggunakan merek tersebut tanpa seizin mereka.

Dalam UU Nomor 20 tahun 2016 juga memberikan hak eksklusif agar produsen lain tidak menggunakan merek, baik berupa tulisan, gambar, warna dan sejenisnya sekaligus peringatan agar pihak produsen lain jangan coba-coba menggunakan merek tersebut karena sudah dimiliki pihak pemegang merek yang sah dan diakui secara hukum.

Dalam bidang merek menyangku pula aspek pidana dan aspek perdata, akan tetapi tidak tertutup kemungkinan penyelesaiannya bisa dilakukan di luar sarana peradilan atau non litigasi. Selain itu pelanggaran terhadap hak merek dapat dikenakan sanksi pidana maupun sanksi perdata dapat pula dituntut oleh pemegang hak merek yang sah, karena haknya yang dilanggar.

Pihak yang dirugikan dapat menggugat ganti kerugian sampai sejauh mana haknya dilanggar. Kepentingan suatu hak merek dilanggar biasanya adalah faktor ekonomi atau kebutuhan pasar terhadap barang atau jasa yang laku dan banyak diminati masyarakat sehingga hal tersebut merupakan faktor utama dalam pelanggaran terhadap pemegang hak merek yang sah.

DAFTAR PUSTAKA

1. Buku

Cita Citrawinda Priapantja, *Hak Kekayaan Intelektual: Tantangan Masa Depan*, Jakarta.

Maulana, Insan Budi, *Lisensi Paten*, Bandung, Citra Aditya Bakti, 1996.

Muhammad, Abdulkadir, *Hukum Perdata Indonesia*, Bandung, Citra Aditya Bakti, 2000.

Margono, Suyud & Longginus Hadi, *Pembaharuan Perlindungan Hukum Merek*, CV. Novindo Pustaka Mandiri, 2002.

Rasyidi, Lili dan I.B.Wyasa Putra, *Hukum Sebagai Suatu Sistem*, Remaja Rosdakarya, Bandung. 1993.

Sadkin, OK., *Aspek Hukum Hak kekayaan Intelektual (Intellectual Property Right)*, Jakarta. Raja Grafindo Persada, 2004.

2. Peraturan Perundang-Undangan

Kompilasi Undang-Undang Hak Cipta. Paten, Merek dan Terjemahan Konvensi-konvensi di Bidang Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI). Yayasan Klinik Haki (IP Clinic), Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1999.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

3. Buletin/Artikel/Makalah/Jurnal

Hukum dan Pembangunan Nomor 11 Tahun XXIV, Jakarta, UI Press, 1994.