JIHHP: Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora dan Politik
E-ISSN: 2747-1993
P-ISSN: 2747-2000
https://dinastirev.org/JIHHP dinasti.info@gmail.com +62 811 7404 455
DOI: https://doi.org/10.38035/jihhp.v6i6
https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/
Received: 17 Juli 2026 | **Revised**: 8 September 2026 | **Accepted**: 14 September 2026

Analisis Yuridis Gugatan Penghapusan Merek Oleh Pihak Ketiga Atas Dasar Tidak Digunakan Dalam Perdagangan (Studi Putusan Pengadilan Negeri Jakarta Pusat Nomor 120/Pdt.Sus/Merek/2022/PN Niaga Jkt. Pst.)

Anindita Prameswari[1], Rika Ratna Permata[2], Tasya Safiranita[3].
[1] Magister Kenotariatan Universitas Padjajaran, Bandung, Indonesia, anindtprameswari@gmail.com.
[2] Magister Kenotariatan Universitas Padjajaran, Bandung, Indonesia, permata_rika@yahoo.com
[3] Magister Kenotariatan Universitas Padjajaran, Bandung, Indonesia, tasya.safiranita@unpad.ac.id

Corresponding Author: anindtprameswari@gmail.com [1]

Abstract: *In the era of globalization, trademark disputes are increasingly growing, including against registered trademarks that are not used (non use) by their owners. Registered trademarks can be removed from the General Register of Trademarks through the initiative of the Directorate General of Intellectual Property (DJKI), at the request of the trademark owner, or based on a deletion lawsuit filed by an interested third party. This study aims to analyze the legal standing of third parties in trademark deletion lawsuits based on Law Number 20 of 2016 concerning Trademarks and also formulate an analysis of the Trademark Deletion lawsuit by a Third Party in the Study of the Decision of the Central Jakarta District Court Number 120/Pdt.Sus/Merek/2022/Pn Niaga Jkt.Pst. This study uses a normative juridical method with using library research sourced from laws and regulations, literature, and the opinions of legal experts relevant to this research. The legal standing of a third party in a trademark removal lawsuit is only held by a party who has a direct legal interest in a registered trademark that is not used in commerce. After the Constitutional Court Decision Number 144/PUU-XXI/2023, a lawsuit can only be filed if the trademark has not been used for 5 (five) consecutive years. However, the criteria for interested third parties are still not clearly regulated, thus creating legal uncertainty. Based on the analysis of Decision Number 120/Pdt.Sus/Merek/2022/PN Niaga Jkt.Pst, a trademark removal lawsuit requires the cumulative fulfillment of the elements of legal standing and non use . Although the Panel of Judges acknowledged the Plaintiff's legal standing as a third party, its consideration was inadequate, while the non use element was declared unproven because the Defendant succeeded in proving that his trademark was still used in commerce.*

Keywords*: Trademark, Trademark Deletion Lawsuit, Third Party.*

Abstrak: Pada era globalisasi, sengketa merek semakin berkembang, termasuk terhadap merek terdaftar yang tidak digunakan (*non use*) oleh pemiliknya. Merek yang telah terdaftar dapat

dihapus dari Daftar Umum Merek melalui prakarsa Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI), atas permohonan pemilik merek, atau berdasarkan gugatan penghapusan yang diajukan oleh pihak ketiga yang berkepentingan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kedudukan hukum pihak ketiga dalam gugatan penghapusan merek berdasarkan Undang-undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek juga merumuskan analisis gugatan Penghapusan Merek Oleh Pihak Ketiga pada Studi Putusan Pengadilan Negeri Jakarta Pusat Nomor 120/Pdt.Sus/Merek/2022/Pn Niaga Jkt.Pst. Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif dengan menggunakan penelitian kepustakaan yang bersumber dari peraturan perundang-undangan, literatur-literatur, serta pendapat para ahli hukum yang relevan dengan penelitian ini. Kedudukan hukum pihak ketiga dalam gugatan penghapusan merek hanya dimiliki oleh pihak yang memiliki kepentingan hukum secara langsung terhadap merek terdaftar yang tidak digunakan dalam perdagangan. Pasca Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 144/PUU-XXI/2023, gugatan hanya dapat diajukan apabila merek tidak digunakan selama 5 (lima) tahun berturut-turut. Namun, kriteria pihak ketiga yang berkepentingan masih belum diatur secara tegas sehingga menimbulkan ketidakpastian hukum. Berdasarkan analisis Putusan Nomor 120/Pdt.Sus/Merek/2022/PN Niaga Jkt.Pst, gugatan penghapusan merek mensyaratkan terpenuhinya secara kumulatif unsur *legal standing* dan *non use*. Meskipun Majelis Hakim mengakui kedudukan hukum Penggugat sebagai pihak ketiga, pertimbangannya belum memadai, sedangkan unsur *non use* dinyatakan tidak terbukti karena Tergugat berhasil membuktikan bahwa mereknya masih digunakan dalam perdagangan.

Kata Kunci: Merek, Gugatan Penghapusan Merek, Pihak Ketiga.

PENDAHULUAN

Merek merupakan suatu bagian dari komponen krusial dari hasil karya intelektual yang memiliki peran vital dalam kelancaran dan peningkatan perdagangan barang dan jasa selama era globalisasi saat ini. Pentingnya peran merek ini, maka diberikan perlindungan hukum yang berkaitan dengan hak-hak perseorangan atau badan hukum yang terkait dengan merek tersebut (Adrian Sutedi, 2009). Merek menjadi identitas dan ciri khas paling menonjol bagi suatu produk. Merek seringkali dianggap sebagai roh dari suatu produk (Ridwan Khairandy, 2020). Dengan adanya merek, masyarakat dapat membedakan satu produk dengan produk lainnya; menentukan kualitas; hingga meminimalisir kemungkinan menjadi korban penipuan. Melihat betapa pentingnya merek, maka tidak dapat dimungkiri bila merek kadang memiliki nilai yang lebih tinggi dibanding aset riil suatu perusahaan (Tim Lindsay, 2019).

Merek sebagai Hak Kekayaan Intelektual (HKI) pada dasarnya ialah tanda untuk mengidentifikasikan asal barang dan jasa (*an indication of origin*) dari suatu perusahaan dengan barang dan/atau jasa perusahaan lain (Allysa Faras Nabila Rizadian & Rahaditya, 2022). Melalui merek pengusaha dapat menjaga dan memberikan jaminan akan kualitas (*a guarantee of quality*) barang dan/atau jasa yang dihasilkan dan mencegah tindakan persaingan yang tidak jujur dari pengusaha lain yang bermaksud membonceng reputasinya. Merek sebagai sarana pemasaran dan periklanan (*a marketing and advertising device*) memberikan suatu tingkat informasi tertentu kepada konsumen mengenai barang dan/atau jasa yang dihasilkan pengusaha (Rintami Njatrijani, 2021). Untuk mempunyai daya pembeda, merek yang bersangkutan harus dapat memberikan penentuan dari barang yang bersangkutan (Sudargo Gautama, 1997).

Merek digunakan sebagai tanda pembeda antara produk yang dihasilkan oleh seseorang atau badan hukum dengan produk yang dihasilkan oleh pihak lain (Julius Rizaldi, 2009). Merujuk pada prinsip *first to file* yang digunakan di Indonesia terkait pelindungan atas merek, dengan kata lain pihak yang pertama kali mendaftarkan mereknya, maka berhak atas mereknya

serta menerima hak eksklusifnya selama 10 (sepuluh) tahun, dengan pihak lain tidak diizinkan untuk menggunakan maupun mendaftarkan merek tersebut (Inas Zulfa Sulasno,dkk., 2023).

Oleh karena itu, konvensi-konvensi dan organisasi perdagangan di dunia membuat beberapa ketentuan, salah satunya adalah *Trade Related Aspects of Intelectual Property Rights* (*TRIPs Agreement*). Setelah Indonesia menjadi anggota Organisasi Perdagangan Dunia (WTO) pada Tahun 1994, pengaturan merek disesuaikan dengan perjanjian *TRIPs* melalui Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang merek dan terakhir disesuaikan melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (untuk selanjutnya disebut UU No. 20 Tahun 2016). Berdasarkan ketentuan dalam persetujuan *TRIPs,* negara anggota harus menyesuaikan diri dengan ketentuan yang terdapat dalam *TRIPs* untuk semakin mempertegas perlindungan pada bidang-bidang yang dirasa kurang mendapat perlindungan dalam wilayah negara masing-masing (Khoirul Hidayah, 2017).

Pendaftaran atas merek adalah suatu keharusan untuk pemilik merek, namun hak atas merek hanya akan diberikan apabila permintaan pendaftaran merek oleh pemohon merek dilakukan dengan iktikad baik. Pemohon pendaftaran merek yang beriktikad baik yakni pemohon yang mendaftarkan mereknya secara jujur dan layak serta tidak mempunyai niat untuk membonceng, meniru, atau menjiplak ketenaran merek pihak lain demi kepentingan usahanya dan berakibat kerugian pada pihak lain itu atau menimbulkan kondisi persaingan curang, mengecoh atau menyesatkan konsumen (Yayasan Klinik HAKI, 2006).

Iktikad baik juga diterapkan dan tercermin dalam Sistem administrasi pendaftaran merek yang begitu penting karena hak atas merek adalah hak khusus yang diberikan oleh pemerintah atau negara kepada pemilik merek untuk menggunakan merek tersebut atau memberi izin pihak lain untuk menggunakannya, karena itu merek harus didaftarkan di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) (Zainal Arifin & Muhammad Iqbal, 2020). Logo dan gambar/lukisan merupakan salah satu dari beberapa unsur merek yang dipakai untuk membedakan barang dan/atau jasa suatu produk seperti disebutkan dalam UU No. 20 Tahun 2016 (Denny, dkk, 2022). Tanda pembeda yang dilekatkan pada kemasan produk yang akan diperjualbelikan pada umumnya berupa gambar atau lukisan (Chandra Gita Dewi, 2019).

Pada saat didaftarkannya merek di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan Hak Asasi manusia maka akan keluar sertifikat merek sebagaimana diatur dalam pasal 25 UU No. 20 Tahun 2016 sebagaimana telah diubah dalam pasal 108 Undang-undang Nomor 6 tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-undang Nomor 2 tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-undang sehingga merek tersebut harus dipergunakan sebagaimana permintaan pendaftarannya. Apabila merek yang sudah didaftarkan tidak dipergunakan sebagaimana mestinya berdasarkan peraturan perundang-undangan, akan mengakibatkan pendaftaran merek tersebut dihapuskan (Mike, 2019).

Indonesia sebagai sebuah negara yang mempergunakan sistem konstitutif yang mengharuskan adanya pendaftaran merek agar suatu merek dapat memperoleh perlindungan dan sistem ini juga dikenal dengan *first to file*. Selain *first to file*, sistem perlindungan merek di dunia termasuk Indonesia menggunakan pula prinsip teritorialitas, yakni hak eksklusif merek hanya berlaku di wilayah negara dimana merek tersebut didaftar (Modul Kekayaan Intelektual Tingkat Dasar Bidang Hak Cipta, 2020).

Merek yang sudah terdaftar, dapat diajukan penghapusan pendaftaran merek dari Daftar Umum Merek, penghapusan dapat dilakukan atas prakarsa DJKI atau berdasarkan permohonan pemilik merek yang bersangkutan atau berdasarkan gugatan penghapusan pendaftaran merek yang diajukan oleh pihak ketiga (Rahmadia Maudy Putri Karina & Rintami Njatrijani, 2019). Pada era globalisasi saat ini semakin sering ditemukan permasalahan mengenai sengketa merek, mulai dari pelanggaran merek hingga merek tersebut tidak digunakan (*non use*) oleh pemiliknya. Secara hukum dikenal adanya mekanisme penghapusan merek, yang bertujuan

untuk memberikan kesempatan kepada pihak lain yang benar-benar ingin menggunakan mereknya dengan iktikad baik.

Tidak dipergunakannya sebuah merek tidak otomatis menghapus merek dari daftar umum melainkan harus terlebih dahulu adanya permohonan. Maka suatu merek yang tidak digunakan 3 tahun berturut-turut tidak otomatis dihapus dari daftar umum merek melainkan harus melalui beberapa cara, yakni: permintaan pemilik merek, prakarsa menteri, permintaan pihak ketiga. Merek yang sudah terdaftar dalam Daftar Umum Merek, masih dapat dimintakan penghapusan pendaftaran merek tersebut. Gugatan penghapusan pendaftaran merek oleh pihak ketiga dan harus dilihat siapa sebenarnya yang beriktikad baik dan yang beriktikad tidak baik, karena filosofi dari pendaftaran merek adalah perlawanan terhadap iktikad tidak baik. Iktikad baik tersebut antara lain dalam kepemilikan atau pemakaiannya (Agus Mardianto, 2010).

Berdasarkan pasal 74 ayat (1) UU No. 20 Tahun 2016 dikatakan bahwa:

"Penghapusan Merek terdaftar dapat pula diajukan oleh pihak ketiga yang berkepentingan dalam bentuk gugatan ke Pengadilan Niaga dengan alasan Merek tersebut tidak digunakan selama 3 (tiga) tahun berturut-turut dalam perdagangan barang dan/atau jasa sejak tanggal pendaftaran atau pemakaian terakhir."

Dalam proses penghapusan merek oleh pihak ketiga harus diperhatikan mengenai kapasitas atau kedudukan pihak ketiga (Much Nurachmad, 2012). Menurut Black's Law Dictionary adalah: *"one not a party to an agreement, a transaction or an action but who have rights there in"*. Pihak Ketiga (*third party*) yang berhak untuk mengajukan gugatan penghapusan merek adalah bukan pihak dalam suatu perjanjian, dalam suatu transaksi, bukan pihak dalam suatu tindakan hukum, melainkan suatu pihak yang memiliki hak untuk itu (Agus Mardianto, 2010). Perihal gugatan penghapusan pendaftaran merek oleh pihak ketiga belakangan ini justru sering terjadi, untuk itu harus benar-benar dicermati kronologis dan fakta hukum atas permasalahan yang dihadapi sehingga hakim dapat menilai secara lebih komprehensif dan detail.

Dalam putusan Nomor 120/Pdt.Sus/Merek/2022/PN Niaga Jakarta Pusat, diketahui telah terjadi sengketa penghapusan merek adalah antara Exxon Mobil Corporation (Penggugat) melawan Lie Wie Tjung (Tergugat I), Lie Ndo Hendra Richillly (Tergugat II), Pemerintah Republik Indonesia *c.q* Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia *c.q* Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual *c.q* Direktorat Merek dan Indikasi Geografis (Turut Tergugat I).

Exxon Mobil Corporation (Penggugat) merupakan pemegang hak atas merek Lukisan Kuda Terbang (Pegasus) yang telah digunakan sejak tahun 1911 dan terdaftar di berbagai negara. Ketika Penggugat mengajukan pendaftaran merek tersebut di Indonesia, permohonannya ditolak oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual karena adanya merek TRICO dan Lukisan Kuda Terbang milik Tergugat yang telah terdaftar. Upaya banding ke Komisi Banding Merek juga ditolak.

Sebelum mengajukan gugatan, Penggugat melakukan survei pasar melalui PT Berlian Delta i Plansearch di lima kota besar di Indonesia. Hasil survei menunjukkan bahwa merek TRICO dan Lukisan Kuda Terbang milik Tergugat tidak digunakan dalam perdagangan untuk jenis barang yang dipersengketakan selama tiga tahun berturut-turut. Atas dasar tersebut, Penggugat mengajukan gugatan penghapusan merek.

Pokok sengketa dalam perkara ini meliputi kedudukan hukum Penggugat sebagai pihak ketiga yang berkepentingan untuk mengajukan gugatan penghapusan merek serta pembuktian mengenai tidak digunakannya merek Tergugat dalam kegiatan perdagangan. Majelis Hakim menyatakan bahwa Penggugat memiliki *legal standing* karena kepentingannya dirugikan akibat penolakan pendaftaran merek yang didasarkan pada keberadaan merek Tergugat.

Penghapusan merek bisa diajukan melalui mekanisme gugatan penghapusan merek yang diatur dalam Pasal 74 ayat (1) UU No. 20 Tahun 2016 yang mengatur bahwa pihak ketiga yang

berkepentingan dapat mengajukan gugatan ke pengadilan niaga dengan alasan bahwa merek tersebut tidak digunakan selama 3 (tiga) tahun berturut-turut dalam perdagangan barang dan/atau jasa sejak tanggal pendaftaran atau pemakaian terakhir. UU No. 20 Tahun 2016 belum mengatur definisi, penjabaran secara rinci, maupun teknis pembuktian dari penggunaan merek tersebut sehingga dalam beberapa kasus hakim harus menafsirkan sendiri dimana hal ini berpotensi menimbulkan kerugian dan ketidakpastian hukum.

Berdasarkan hal tersebut maka diperoleh rumusan masalah, yang pertama Bagaimana kedudukan hukum pihak ketiga dalam gugatan penghapusan merek berdasarkan Undang-undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek ? Kedua, Bagaimana analisis gugatan Penghapusan Merek Oleh Pihak Ketiga pada Studi Putusan Pengadilan Negeri Jakarta Pusat Nomor 120/Pdt.Sus/Merek/2022/Pn Niaga Jkt.Pst ?

METODE

Metode penelitian dalam penelitian ini yang digunakan penulis adalah yuridis normatif. penelitian ini akan menggunakan penelitian kepustakaan yang bersumber dari peraturan perundang-undangan, literatur-literatur, serta pendapat para ahli hukum yang relevan dengan penelitian ini. Adapun metode pendekatan yang digunakan dalam Penelitian ini yaitu pendekatan perundang-undangan (*statue approach*) dan pendakatan kasus (*case approach*). Penelitian yang dilakukan adalah penelitian penelitian analisis kualitatif. Teknik analisis kualitatif akan mengelola keseluruhan data yang terkumpul dan akan dianalisis dengan menjelaskan hubungan sebab akibat suatu variabel dari masalah satu dengan lainnya, kemudian diinterpretasikan untuk memahami arti dari data, serta melakukan penafsiran dari pengetahuan peneliti setelah memahami keseluruhan kualitas dari data yang relevan digunakan untuk menganalisis analisis yuridis gugatan penghapusan merek oleh pihak ketiga atas dasar tidak digunakan dalam perdagangan (Soerjono Soekanto, 1979).

.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kedudukan Hukum Pihak Ketiga Dalam Gugatan Penghapusan Merek Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek

Merek merupakan suatu kekayaan intelektual yang memiliki hak eksklusif yang diberikan kepada negara kepada pemilik merek yang terdaftar berdasarkan jangka waktu yang telah ditetapkan oleh Undang-Undang yang berlaku, hal ini sebagaimana yang terdapat pada menurut Pasal 1 Ayat 5 UU MIG Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Adanya hak eksklusif pada merek ini digunakan untuk mencegah pihak yang tidak diinginkan atau pihak yang tidak memiliki izin untuk menggunakan mereknya dalam kegiatan perdagangan. Namun, terkadang adanya hak eksklusif yang dimiliki para pemilik merek ini digunakan untuk penekanan terhadap merek lain yang bersifat *unfair competition* atau persaingan yang tidak sehat yang dapat disebut sebagai *Trademark Bullying*.

Pasal 3 UU No. 20 Tahun 2016 menyatakan bahwa hak atas merek diperoleh setelah Merek tersebut terdaftar. Berdasarkan pernyataan tersebut suatu merek akan mendapatkan perlindungan dan pemilik merek mendapat hak eksklusif suatu merek apabila telah melalui serangkaian proses pendaftaran yaitu permohonan pendaftaran, pemeriksaan formalitas, proses pengumuman, dan proses pemeriksaan substantif serta telah mendapatkan persetujuan menteri untuk diterbitkan sertifikat sehingga terdaftarnya merek barulah merek tersebut mendapatkan pelindungan penuh sesuai dengan UU No. 20 Tahun 2016.

Merek yang sudah terdaftar di Indonesia, harus dipergunakan dalam kegiatan perdagangan, menurut ketentuan Pasal 74 ayat (1) UU No. 20 Tahun 2016, merek dapat dihapuskan melalui pengajuan gugatan penghapusan mereka oleh pihak ketiga yang merasa

berkepentingan jika selama 3 (tiga) tahun terus-menerus tidak digunakan dalam perdagangan barang dan/atau jasa sejak tanggal pendaftaran atau pemakaian terakhir.

Pemilik merek yang tidak terdaftar dapat mengajukan gugatan penghapusan merek apabila sebelumnya pemilik merek tersebut sudah mengajukan pendaftaran merek namun proses pengajuan pendaftaran merek tersebut mengalami penolakan oleh DJKI akibatnya adanya merek yang diajukan tersebut sudah terdaftar lebih dulu oleh pihak lain. Sehingga dalam hal ini gugatan penghapusan merek hanya dapat diajukan ketika telah terjadi penolakan pendaftaran merek oleh DJKI karena adanya merek yang telah dimiliki atau pernah didaftarkan oleh pihak lain.

Jika suatu hak atas merek tidak lagi digunakan oleh pemiliknya, maka berdasarkan ketentuan Pasal 74 ayat (1) UU No. 20 Tahun 2016 akan dimungkinkan bagi pihak ketiga yang berkepentingan untuk dapat mengajukan gugatan penghapusan merek terdaftar dengan alasan bahwa merek tersebut tidak digunakan selama 3 (tiga) tahun berturut-turut dalam perdagangan barang dan/atau jasa sejak tanggal pendaftaran atau pemakaian terakhir. Secara *a contrario* artinya penggunaan merek menjadi suatu syarat penting untuk tetap menjaga perlindungan dan kepastian hukum suatu hak atas merek.

Ketentuan ini sejalan dengan pengaturan merek di beberapa sistem hukum di dunia, salah satunya dengan peraturan yang mengatur terkait merek dagang di *European Union* (EU). Berdasarkan *Article 18 dan Article 58 REGULATION (EU) 2017/1001 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 14 June 2017 on the European Union trademark* (selanjutnya disebut UU Merek Eropa) jika suatu hak atas merek tidak digunakan selama 5 (lima) tahun berturut-turut sejak tanggal pendaftarannya maka hak atas merek tersebut akan dicabut.

Demikian pula dalam *Section 45 United States of America Trademark Act 15* (selanjutnya disebut UU Merek Amerika) diatur bahwa penggunaan merek akan dianggap *abandoned* jika penggunaannya telah dihentikan dengan kriteria merek tersebut tidak lagi digunakan secara sah selama 3 (tiga) tahun berturut-turut dalam kegiatan perdagangan. Sekilas memang aturan dari UU Merek Eropa dan Amerika Serikat tersebut terlihat mirip dengan aturan gugatan penghapusan merek yang diatur pada Pasal 74 ayat (1) UU Merek Indonesia. Namun jika dicermati lebih mendalam ternyata UU Merek Eropa dan Amerika telah memberikan pengaturan yang jelas mengenai penggunaan merek terdaftar (*use of trademarks).*

Berdasarkan UU No. 20 Tahun 2016, penghapusan merek terdaftar dapat dilakukan melalui tiga mekanisme, yaitu penghapusan atas prakarsa Menteri Hukum dan HAM, penghapusan atas permohonan pemilik merek, dan penghapusan berdasarkan gugatan pihak ketiga yang berkepentingan. Masing-masing mekanisme tersebut memiliki dasar hukum, syarat, serta prosedur yang berbeda sesuai dengan tujuan penghapusannya.

Gugatan penghapusan pendaftaran merek oleh pihak ketiga menurut Henry Soelistyo harus dilihat siapa sebenarnya yang beriktikad baik dan yang beriktikad tidak baik, karena filosofi dari pendaftaran merek adalah perlawanan terhadap iktikad tidak baik. Iktikad baik tersebut antara lain dalam kepemilikan atau pemakaiannya (Cita Citrawinda Priapantja, 2003).

Menurut Rachmadi Usman, penghapusan pendaftaran merek berdasarkan gugatan pihak ketiga akan dilakukan oleh Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual dengan cara mencoret merek yang bersangkutan dari Daftar Umum Merek (Rachmadhany, 2023). Selanjutnya Saidin berpendapat bahwa sejak tanggal pencoretan dari Daftar Umum Merek maka Sertifikat Merek yang bersangkutan dinyatakan tidak berlaku lagi (O.K. Saidin, 2022). Dengan Penghapusan pendaftaran merek mengakibatkan berakhirnya perlindungan hukum merek yang bersangkutan.

Penghapusan merek atas gugatan pihak ketiga hanya dapat ditempuh melalui mekanisme litigasi di Pengadilan Niaga. Pihak ketiga yang mengajukan gugatan harus memiliki kepentingan hukum (*legal interest*) terhadap merek yang dimohonkan penghapusannya serta

memenuhi persyaratan sebagaimana ditentukan dalam Pasal 74 UU No. 20 Tahun 2016 sebagaimana dimaknai dalam Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 144/PUU-XXI/2023. Mekanisme ini tidak dapat dilakukan melalui permohonan administratif kepada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual karena penilaiannya memerlukan pemeriksaan mengenai terpenuhinya syarat-syarat hukum, termasuk pembuktian bahwa merek yang disengketakan tidak digunakan secara nyata dalam perdagangan selama jangka waktu yang ditentukan oleh undang-undang. Dengan demikian, gugatan penghapusan oleh pihak ketiga merupakan instrumen hukum yang bertujuan untuk menjaga tertib administrasi pendaftaran merek sekaligus mencegah dipertahankannya hak eksklusif atas merek yang tidak lagi dimanfaatkan dalam kegiatan perdagangan.

Dengan mengalaminya perkembangan Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 144/PUU-XXI/2023, yang memberikan penafsiran baru terhadap pengaturan mengenai jangka waktu dan pelaksanaan gugatan penghapusan merek sehingga memperkuat kepastian hukum dalam penerapan Pasal 74 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016.

Pasal 74 ayat (1) :

”Penghapusan Merek terdaftar dapat pula diajukan oleh pihak ketiga yang berkepentingan dalam bentuk gugatan ke Pengadilan Niaga dengan alasan Merek tersebut tidak digunakan selama 3 (tiga) tahun berturut-turut dalam perdagangan barang dan/atau jasa sejak tanggal pendaftaran atau pemakaian terakhir.”

Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 144/PUU-XXI/2023 :

“Penghapusan Merek terdaftar dapat pula diajukan oleh pihak ketiga yang berkepentingan dalam bentuk gugatan ke Pengadilan Niaga dengan alasan Merek tersebut tidak digunakan selama 5 (lima) tahun berturut-turut dalam perdagangan barang dan/atau jasa sejak tanggal pendaftaran atau pemakaian terakhir”.

Pasal diatas menunjukkan bahwa sebelum adanya putusan Mahkamah Konstitusi tersebut, gugatan penghapusan merek dapat diajukan apabila merek tidak digunakan selama 3 (tiga) tahun berturut-turut sejak tanggal pendaftaran atau pemakaian terakhir. Namun, Mahkamah Konstitusi menilai bahwa jangka waktu tersebut belum memberikan kesempatan yang memadai bagi pemilik merek untuk mempertahankan penggunaan mereknya dalam kegiatan usaha. Oleh karena itu, Mahkamah Konstitusi menyatakan bahwa ketentuan tersebut harus dimaknai sebagai tidak digunakannya merek selama 5 (lima) tahun berturut-turut dalam perdagangan barang dan/atau jasa sejak tanggal pendaftaran atau penggunaan terakhir.

Selain mengatur mengenai jangka waktu penggunaan merek, Pasal 74 juga memberikan pengecualian terhadap alasan tidak digunakannya merek. Gugatan penghapusan tidak dapat didasarkan pada keadaan ketika pemilik merek tidak dapat menggunakan mereknya karena adanya larangan impor, pembatasan atau penangguhan izin peredaran barang oleh instansi yang berwenang, maupun keadaan lain yang bersifat serupa, termasuk keadaan kahar (*force majeure*) yang ditetapkan berdasarkan peraturan perundang-undangan sebagaimana tertuang dalam Pasal 74 ayat (2) UU No. 20 Tahun 2016.

Analisis Gugatan Penghapusan Merek Oleh Pihak Ketiga Pada Studi Putusan Pengadilan Negeri Jakarta Pusat Nomor 120/Pdt.Sus/Merek/2022/Pn Niaga Jkt.Pst

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tidak hanya mengatur mengenai tata cara memperoleh hak atas merek, tetapi juga mengatur mekanisme berakhirnya perlindungan hukum terhadap suatu merek. Salah satu mekanisme tersebut adalah penghapusan merek, yaitu tindakan administratif berupa pencoretan suatu merek dari Daftar Umum Merek sehingga hak eksklusif yang sebelumnya melekat pada merek tersebut menjadi berakhir (Yahya Harahap, 2021). Penghapusan merek pada dasarnya merupakan instrumen hukum yang bertujuan menjaga agar Daftar Umum Merek hanya berisi merek-merek yang masih digunakan secara aktif dalam kegiatan perdagangan serta mencegah terjadinya penumpukan (*trademark cluttering*) terhadap merek-merek yang tidak lagi dimanfaatkan oleh pemiliknya.

Salah satu bentuk penghapusan merek yang memperoleh perhatian khusus dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 adalah penghapusan merek berdasarkan gugatan pihak ketiga yang berkepentingan. Mekanisme ini merupakan instrumen hukum yang disediakan oleh pembentuk undang-undang untuk menjaga keseimbangan antara kepentingan pemilik merek dengan kepentingan pihak lain yang dirugikan akibat masih berlakunya suatu merek yang pada kenyataannya tidak lagi digunakan dalam perdagangan. Melalui mekanisme tersebut, negara memberikan kesempatan kepada pihak yang mempunyai kepentingan hukum untuk meminta agar merek yang tidak lagi memenuhi fungsi ekonominya dihapus dari Daftar Umum Merek sehingga tidak lagi menjadi hambatan bagi pihak lain dalam memperoleh perlindungan hukum atas merek yang akan didaftarkan.

Perkara Nomor 120/Pdt.Sus/Merek/2022/PN Niaga Jkt.Pst merupakan sengketa penghapusan merek yang diajukan oleh Exxon Mobil Corporation terhadap Lie Wie Tjung dan Lie Ndo Hendra Rochilly selaku pemilik merek TRICO dan Lukisan, dengan Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual cq. Direktorat Merek dan Indikasi Geografis sebagai Turut Tergugat. Exxon Mobil Corporation merupakan perusahaan energi multinasional yang memiliki reputasi dan nilai komersial tinggi di tingkat internasional, sehingga berkepentingan untuk memperoleh perlindungan hukum atas merek yang digunakan dalam kegiatan usahanya.

Sengketa bermula ketika permohonan pendaftaran merek Lukisan Kuda Terbang milik Penggugat ditolak oleh Direktorat Merek dan Indikasi Geografis karena dianggap memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek TRICO dan Lukisan yang telah lebih dahulu terdaftar atas nama Para Tergugat. Upaya banding ke Komisi Banding Merek juga ditolak, sehingga Penggugat mengajukan gugatan penghapusan merek ke Pengadilan Niaga pada tanggal 22 Desember 2022.

Dasar gugatan Penggugat mengacu pada Pasal 74 ayat (1) UU No. 20 Tahun 2016, yang memberikan hak kepada pihak ketiga yang berkepentingan untuk mengajukan penghapusan merek apabila merek tersebut tidak digunakan selama tiga tahun berturut-turut dalam perdagangan barang dan/atau jasa sejak tanggal pendaftaran atau pemakaian terakhir. Untuk membuktikan dalil tersebut, Penggugat melakukan survei terhadap lebih dari 500 pelaku usaha di lima kota besar, yaitu Jabodetabek, Medan, Surabaya, Bandung, dan Semarang. Berdasarkan hasil survei tersebut, Penggugat menyimpulkan bahwa merek TRICO dan Lukisan tidak digunakan secara nyata dalam kegiatan perdagangan untuk barang yang terdaftar, sehingga dinilai telah memenuhi alasan hukum untuk diajukannya gugatan penghapusan merek.

Tergugat mengajukan eksepsi dengan dalil bahwa Penggugat tidak memiliki kedudukan hukum (legal standing) untuk mengajukan gugatan penghapusan merek, khususnya terhadap sebagian jenis barang. Tergugat mendasarkan argumentasinya pada Pasal 72 ayat (2) UU No. 20 Tahun 2016, yang menurutnya hanya memberikan kewenangan tersebut kepada pemilik merek terdaftar. Oleh karena itu, Tergugat memohon agar gugatan Penggugat ditolak atau dinyatakan tidak dapat diterima (*niet ontvankelijke verklaard*).

Dengan demikian, isu hukum utama dalam perkara ini bukan hanya mengenai persamaan pada pokoknya antara merek para pihak, melainkan juga mengenai legal standing Penggugat sebagai pihak ketiga yang berkepentingan untuk mengajukan gugatan penghapusan merek berdasarkan Pasal 74 ayat (1) UU No. 20 Tahun 2016. Sengketa ini pada akhirnya berfokus pada penafsiran mengenai siapa yang berhak mengajukan gugatan penghapusan merek dalam sistem hukum merek di Indonesia.

Sebagaimana dikemukakan oleh Sudargo Gautama, kedudukan hukum (*legal standing*) merupakan syarat formil yang harus dipenuhi sebelum pengadilan memeriksa pokok perkara, karena tanpa adanya kepentingan hukum yang nyata, gugatan akan kehilangan dasar legitimasinya (Sudargo Gautama, 2015). Pandangan ini sejalan dengan adagium hukum klasik "*point d'intérêt, point d'action*" yang bermakna tanpa kepentingan tidak ada gugatan,

sebagaimana diadopsi dalam sistem hukum Indonesia melalui pengaruh tradisi *civil law* Belanda (R. Subekti, 2019).

Berdasarkan Putusan Nomor 120/Pdt.Sus/Merek/2022/PN Niaga Jkt.Pst, Majelis Hakim menyatakan bahwa Penggugat memenuhi kualifikasi sebagai pihak ketiga yang berkepentingan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 74 ayat (1) UU No. 20 Tahun 2016. Pertimbangan tersebut didasarkan pada alat bukti P-1 sampai dengan P-8 yang menunjukkan bahwa permohonan pendaftaran merek Penggugat telah ditolak oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual dan penolakan tersebut dikuatkan oleh Komisi Banding Merek. Namun, pertimbangan Majelis Hakim belum menguraikan secara memadai hubungan antara bukti-bukti tersebut dengan terpenuhinya unsur "pihak ketiga yang berkepentingan". Bukti yang diajukan pada dasarnya hanya menunjukkan adanya penolakan administratif atas permohonan pendaftaran merek, tanpa memberikan argumentasi hukum yang jelas mengenai alasan mengapa status sebagai pemohon merek yang ditolak secara otomatis memberikan kedudukan hukum (legal standing) untuk mengajukan gugatan penghapusan merek di Pengadilan Niaga. Dengan demikian, pertimbangan hakim masih menyisakan ruang penafsiran mengenai batasan dan kriteria pihak ketiga yang berkepentingan dalam Pasal 74 ayat (1) UU No. 20 Tahun 2016.

Selanjutnya, dikaitkan pertimbangan hukum Majelis Hakim dengan Pasal 74 ayat (1) UU No. 20 Tahun 2016 yang menyebutkan bahwa *"Penghapusan Merek terdaftar dapat pula diajukan oleh pihak ketiga yang berkepentingan dalam bentuk gugatan ke Pengadilan Niaga dengan alasan Merek tersebut tidak digunakan selama 3 (tiga) tahun berturut-turut dalam perdagangan barang dan/atau jasa sejak tanggal pendaftaran atau pemakaian terakhir",* maka penulis berpendapat bahwa ketentuan ini pada dasarnya memuat dua unsur pokok yang bersifat kumulatif, yaitu:

1) Unsur subjek : yaitu pihak ketiga yang berkepentingan *(legal standing*); dan
2) Unsur objek/alasan gugatan : yaitu merek terdaftar tidak digunakan secara berturut-turut selama 3 (tiga) tahun dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.

Kedua unsur tersebut harus dibuktikan secara bersamaan agar suatu gugatan penghapusan merek dapat dikabulkan. Artinya, sekalipun seseorang berhasil membuktikan dirinya sebagai pihak yang berkepentingan sesuai dengan prosedur yang ada, gugatan penghapusan tetap tidak dapat dikabulkan apabila unsur *non use* (tidak digunakannya merek) tidak turut dibuktikan, demikian pula sebaliknya.

Berdasarkan fakta hukum yang diperoleh dari alat bukti serta keterangan Ahli yang dihadirkan baik oleh Penggugat maupun Tergugat, Majelis Hakim pada pokoknya berpendapat bahwa hasil survei yang dilakukan oleh lembaga survei yang ditunjuk oleh Penggugat tidak berhasil membuktikan bahwa Merek TRICO dan Lukisan Kuda Terbang, Daftar No. IDM000262193 di kelas 1 atas nama Tergugat, tidak digunakan selama 3 (tiga) tahun berturut-turut dalam kegiatan perdagangan untuk sebagian jenis barang, yaitu cairan tambahan untuk pelumas, *additive oil, oil treatment*, cairan-cairan *hydraulic* untuk penutup pintu, minyak rem, *additive* bahan kimia tambahan untuk pelumas, dan bahan kimia untuk bahan bakar motor, terhitung sejak tanggal pendaftaran atau pemakaian terakhir.

Sebaliknya, Majelis Hakim menilai bahwa Tergugat justru berhasil membuktikan hal yang sebaliknya, yaitu bahwa Merek TRICO dan Lukisan Kuda Terbang, Daftar No. IDM000262193 di kelas 1, masih digunakan secara nyata dalam kegiatan perdagangan untuk seluruh jenis barang yang tercantum dalam sertifikat pendaftarannya, termasuk jenis barang yang secara spesifik dimohonkan penghapusannya oleh Penggugat. Dengan pertimbangan tersebut, unsur *non use* selama 3 (tiga) tahun berturut-turut sebagaimana disyaratkan Pasal 74 ayat (1) dinyatakan tidak terbukti, sehingga gugatan penghapusan merek pada akhirnya tidak dapat dikabulkan.

Memperhatikan pertimbangan Majelis Hakim diatas dapat dilihat bahwa Majelis Hakim menguraikan secara cukup rinci dan berdasar terkait pembuktian mengenai unsur *non use*,

namun tidak melakukan hal yang sama secara memadai terhadap unsur *legal standing* sebagai pihak ketiga yang berkepentingan. Padahal, sebagaimana telah dijelaskan, kedua unsur dalam Pasal 74 ayat (1) bersifat kumulatif dan seharusnya diuraikan secara berimbang. Ketimpangan porsi pertimbangan ini semakin menguatkan dugaan bahwa penerimaan legal standing Penggugat oleh Majelis Hakim lebih didasarkan pada kepentingan yang bersifat administratif (yaitu penolakan permohonan pendaftaran merek Penggugat), dan bukan pada kepentingan niaga yang konkret dan berkaitan langsung dengan penggunaan merek Tergugat di pasar.

Dimana dalam memutus sengketa penghapusan merek terdaftar atas dasar *non use*, dapat digunakan yurisprudensi untuk menguji atau menentukan kebenaran tentang dipergunakan atau tidaknya suatu merek terdaftar, yang dikaitkan dengan asas:

a) *Asas Abondement,* yang memberi anggapan hukum bahwa pemilik merek terdaftar dianggap melepaskan haknya apabila tidak mempergunakan mereknya yang telah terdaftar dalam jangka waktu tertentu;
b) *Asas Inferred From Circumtances,* yang merupakan pelepasan hak yang disimpulkan dari keadaan-keadaan tertentu yang memperlihatkan bahwa secara substansial suatu merek tidak dipakai selama jangka waktu tertentu;
c) *Asas Cessation,* merupakan *non use* suatu merek dalam perdagangan;
d) Asas Diperdagangkan dalam Pasar Domestik, yang berarti barang-barang yang menggunakan merek yang dimaksud terdapat dipasar domestik atau pasar Indonesia.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kedudukan hukum pihak ketiga dalam gugatan penghapusan merek berdasarkan Pasal 74 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis merupakan hak yang diberikan kepada pihak yang memiliki kepentingan hukum secara langsung terhadap merek terdaftar yang tidak digunakan dalam perdagangan. Pihak ketiga yang dimaksud bukan setiap orang, melainkan pihak yang dapat membuktikan adanya hubungan kepentingan nyata, seperti pemohon merek yang permohonan pendaftarannya ditolak karena terhalang oleh merek terdaftar yang diduga tidak digunakan. Setelah Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 144/PUU-XXI/2023, gugatan penghapusan hanya dapat diajukan apabila merek tidak digunakan selama 5 (lima) tahun berturut-turut, sehingga memberikan keseimbangan antara perlindungan hak pemilik merek dan kepentingan pihak ketiga. Namun demikian, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 belum mengatur secara tegas kriteria pihak ketiga yang berkepentingan, sehingga penentuan kedudukan hukum tersebut masih bergantung pada penafsiran hakim, yang berpotensi menimbulkan ketidakpastian hukum dalam praktik. Berdasarkan analisis Putusan Nomor 120/Pdt.Sus/Merek/2022/PN Niaga Jkt.Pst, gugatan penghapusan merek oleh pihak ketiga hanya dapat dikabulkan apabila terpenuhi secara kumulatif dua unsur, yaitu kedudukan hukum (legal standing) sebagai pihak ketiga yang berkepentingan dan terbuktinya unsur *non use* atas merek yang disengketakan. Dalam perkara ini, Majelis Hakim menerima kedudukan hukum Penggugat sebagai pihak ketiga, namun tidak memberikan pertimbangan yang memadai mengenai dasar hukum yang menjadikan penolakan permohonan pendaftaran merek sebagai bukti adanya kepentingan hukum. Sebaliknya, pembuktian mengenai unsur *non use* dianalisis secara lebih komprehensif dan dinyatakan tidak terbukti karena Tergugat berhasil menunjukkan bahwa mereknya masih digunakan dalam perdagangan.

Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, penelitian hanya dilakukan pada objek dan periode tertentu sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan pada seluruh sektor industri atau wilayah. Kedua, penelitian menggunakan variabel yang terbatas sehingga

masih terdapat faktor lain yang berpotensi memengaruhi variabel dependen. Ketiga, pendekatan penelitian yang digunakan belum sepenuhnya menangkap dinamika perubahan yang terjadi dalam jangka panjang. Oleh karena itu, hasil penelitian ini perlu diinterpretasikan sesuai dengan ruang lingkup penelitian.

Saran

Perlu dilakukan pengkajian ulang mengenai kriteria pihak ketiga yang berkepentingan sebagai pihak yang berhak mengajukan gugatan penghapusan merek. Kejelasan tersebut diperlukan untuk memberikan kepastian hukum, menghindari perbedaan penafsiran oleh hakim, serta menjamin bahwa hanya pihak yang benar-benar memiliki kepentingan hukum yang dapat mengajukan gugatan. Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual dan Mahkamah Agung perlu menyusun pedoman penerapan mengenai pembuktian kedudukan hukum pihak ketiga dalam gugatan penghapusan merek agar tercipta konsistensi putusan dan perlindungan hukum yang seimbang bagi pemilik merek maupun pihak yang berkepentingan.

Kontribusi Author

Seluruh penulis berkontribusi secara signifikan terhadap penelitian ini. Kontribusi meliputi konseptualisasi penelitian, penyusunan kerangka teori, pengumpulan data, analisis data, interpretasi hasil, penulisan naskah, revisi ilmiah, serta persetujuan akhir terhadap naskah yang akan dipublikasikan. Seluruh penulis menyatakan telah membaca dan menyetujui versi final artikel.

REFERENSI

Adrian Sutedi. (2009). *Hak Kekayaan Intelektual*. Sinar Grafika.

Agus Mardianto. (2010). *Penghapusan Pendaftaran Merek Berdasarkan Gugatan Pihak Ketiga*. *10*(1).

Allysa Faras Nabila Rizadian & Rahaditya. (2022). *Urgensi Mendaftarkan Merek Dagang untuk Menghindari Penyalahgunaan Merek*. *5*(1).

Chandra Gita Dewi. (2019). *Penyelesaian Sengketa Pelanggaran Merek*. Deepublish.

Cita Citrawinda Priapantja. (2003). *Hak Kekayaan Intelektual Masa Depan*. Badan Penerbit Fakultas Hukum Universitas Indonesia.

Denny, dkk. (2022). *Penyelesaian Sengketa Merek di Indonesia*. *72*.

Inas Zulfa Sulasno,dkk. (2023). *Sengketa Persamaan Merek pada Pokoknya antara PT Pstore Glow Bersinar Indonesia dengan PT Kosmetika Global Indonesia dan PT Kosmetika Cantik Indonesia (Studi Kasus Putusan Nomor 2/Pdt.Sus.HKI/Merek/2022/PN.Niaga.Sby)*. *11*(2).

Julius Rizaldi. (2009). *Perlindungan Kesama Produk Merek Terkenal Terhadap Persaingan Curang*. Alumni.

Khoirul Hidayah. (2017). *Hukum Hak Kekayaan Intelektual di Indonesia*. Setara Press.

Mike, E. (2019). Perlindungan Hukum Hak Kekayaan Intelektual Terhadap Tindakan Pelanggaran Pembajakan Buku Elektronik Melalui Media Online. *Al Imarah: Jurnal Pemerintahan Dan Politik Islam*, *2*(2).

Modul Kekayaan Intelektual Tingkat Dasar Bidang Hak Cipta. (2020). *Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual*. KemenKuham.

Much Nurachmad. (2012). *Segala Tentang HKI Indonesia*. Buku Biru.

O.K. Saidin. (2022). *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*. Rajawali Pers.

R. Subekti. (2019). *Hukum Acara Perdata*. Binacipta.

Rachmadhany, D. A. (2023). *IMPLEMENTASI HAK CUTI MELAHIRKAN PADA TENAGA PARAMEDIS RUMAH SAKIT ISLAM KENDAL MENURUT UNDANG-UNDANG*

KETENAGAKERJAAN NOMOR 13 TAHUN 2003 [PhD Thesis, Universitas Islam Sultan Agung Semarang]. http://repository.unissula.ac.id/29865/

Rahmadia Maudy Putri Karina & Rintami Njatrijani. (2019). *Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Merek Dagang IKEA atas Penghapusan Merek Dagang*. *1*(2).

Ridwan Khairandy. (2020). *Perlindungan Hukum Merek Terkenal di Indonesia*. *6*(12).

Rintami Njatrijani. (2021). *Perlindungan Merk Bagi Pengusaha UMKM di Kecamatan Juwana Kabupaten Pati*. *8*(1).

Soerjono Soekanto. (1979). *Pengantar Penelitian Hukum*. UI Press.

Sudargo Gautama. (1997). *Pembaharuan Hukum Merek di Indonesia (dalam rangka WTO, TRIPs, 1997)*. Citra Aditya Bakti.

Sudargo Gautama. (2015). *Hukum Merek Indonesia*. Citra Aditya Bakti.

Tim Lindsay. (2019). *Hak Kekayaan Intelektual (Suatu Pengantar)*. PT. Alumni.

Yahya Harahap. (2021). *Hukum Perseroan Terbatas*. Sinar Grafika.

Yayasan Klinik HAKI. (2006). *Kompilasi Undang-Undang Hak Cipta, Paten Merek dan Terjemahan KonvensiKonvensi di Bidang Hak Kekayaan Intelektual*. Citra Aditya Bakti.

Zainal Arifin & Muhammad Iqbal. (2020). *Perlindungan Hukum Terhadap Merek yang Terdaftar*. *5*(1).