

Perlindungan Hukum Indonesia Bagi Pemegang Hak Atas Pencantuman Merek Terkenal Pada Parfum Lokal

¹Stefani Adelia Widyani, ²Febri Noor Hediati

^{1,2}Fakultas Hukum, Universitas Mulawarman, Indonesia

E-mail Koresponden: widyael749@gmail.com

Article History	Submitted: 02/02/24	Revised: 07/02/23	Accepted: 03/15/24
Keywords: <i>Protection;</i> <i>License;</i> <i>Registration</i>	Abstract <i>A form of preventive protection against the inclusion of well-known perfume brands on local perfumes is the existence of regulations in the form of provisions in Articles in Law Number 20 of 2016 concerning Brands and Geographical Indications. Apart from that, the regulations include registration and licensing which also includes forms of preventive protection. A form of repressive protection for the owner of a famous perfume is in the form of a claim for compensation or termination of all actions related to the use of the brand or based on criminal prosecution through law enforcement officials. Owners of well-known foreign perfume brands are required to register their brands in Indonesia using the International Registration method according to Madrid Protocol as previously explained. After that, we will enter into a licensing agreement with a local perfume owner who wants to list a famous perfume brand in Indonesia.</i>		
DOI	https://doi.org/10.37477/sev.v8i1		

A. PENDAHULUAN

Industri parfum di Indonesia mulai berkembang dengan munculnya parfum lokal, yang sekarang menjadi pilihan konsumen karena kualitasnya yang bersaing dengan merek parfum terkenal. Sektor e-commerce Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang signifikan selama beberapa tahun terakhir, terutama dalam penjualan parfum. Salah satu situs e-commerce mencatat peningkatan besar dalam penjualan parfum pada tahun 2022¹.

Menurut data dari Tokopedia, penjualan parfum, fragrance, dan cologne meningkat hampir 1,5 kali lipat pada bulan September 2022 dibandingkan dengan bulan yang sama tahun sebelumnya. Penjualan parfum juga mengalami peningkatan di beberapa daerah seperti Riau, Jawa Tengah, Lampung, dan Jambi². Seiring dengan pertumbuhan dan persaingan yang semakin ketat dalam bisnis ini, banyak merek parfum lokal yang mencantumkan merek terkenal sebagai inspirasi aromanya

¹ Liputan6.com. (2023). "Penjualan Parfum Secara Digital Meningkat Di 2022," Lihat dalam <https://www.liputan6.com/citizen6/read/5180568/penjualan-parfum-secara-digital-meningkat-di-2022>. Diakses pada 21 Februari 2023.

² Detikinet. (2022). "Penjualan Parfum Secara Digital Meroket Sepanjang 2022," Lihat dalam <https://inet.detik.com/cyberlife/d-6383719/penjualan-parfum-secara-digital-meroket-sepanjang-2022>. Diakses pada 30 Januari 2023

dengan menggunakan istilah "Inspired by" diikuti oleh merek parfum asing yang terkenal. Parfum lokal semacam ini banyak tersedia di pasaran, contohnya adalah produk dari UMKM Farah Parfum yang didirikan sejak 2017, seperti parfum yang terinspirasi oleh Gucci Bloom dan Zierdan yang terinspirasi oleh Versace Eros³.

Harganya lebih terjangkau dan aroma hampir selalu serupa, mencantumkan merek parfum terkenal sebagai inspirasi dalam paket promosi dapat memengaruhi keputusan pelanggan untuk membeli produk tersebut. Namun, menggunakan merek parfum terkenal sebagai bagian dari promosi dapat menimbulkan kebingungan bagi pelanggan. Menyebut merek parfum terkenal pada parfum lokal dapat dianggap sebagai tindakan *passing off* atau pemboncengan merek. Namun, penting untuk dicatat bahwa penggunaan istilah "terinspirasi" menekankan bahwa parfum lokal tersebut bukanlah tiruan persis, melainkan terinspirasi oleh merek terkenal. Dalam konteks ini, tindakan *passing off* terletak pada kesan yang mungkin diciptakan oleh pelanggan bahwa parfum lokal adalah produk dari merek terkenal yang sebenarnya.

Kedua merek ini dipromosikan seolah-olah memiliki hubungan atau lisensi yang sama. Dikatakan *passing off* karena adanya pencantuman merek parfum terkenal pada media promosi parfum lokal. Adanya pencantuman merek parfum terkenal pada parfum lokal memiliki unsur kemiripan dan menimbulkan adanya persamaan antara merek parfum terkenal dengan parfum lokal, maka dari itu, pencantuman ini mempunyai kesamaan dalam intinya pada merek parfum terkenal.



Gambar 1. Penbandingan Dua Merek yang Menimbulkan Kerancuan

Sumber: *Shopee*

Klasifikasi bentuk pelanggaran yang dilakukan oleh parfum lokal yang memakai merek parfum terkenal yaitu *Passing Off* Merek Parfum Terkenal pada Media Promosi Parfum Lokal. Hal ini dapat menyesatkan konsumen, membuat mereka percaya bahwa parfum lokal tersebut adalah produk resmi atau terkait dengan merek terkenal tersebut⁴. Tindakan ini dapat merugikan merek terkenal karena dapat menurunkan citra merek mereka jika parfum lokal tersebut tidak memenuhi

³ Antaranews . (2021). "Bisnis Parfum Lokal Mulai Berkembang Terdukung Gernas BBI," Lihat dalam <https://m.antaranews.com/berita/2186046/bisnis-parfum-lokal-mulai-berkembang-terdukung-gernas-bbi>. Diakses pada 30 Januari 2023

⁴ Aryani, E. (n.d.). *PELANGGARAN HAK ATAS MEREK DAN MEKANISME PENYELESAIANNYA DI INDONESIA*.

standar kualitas atau jika terjadi masalah terkait dengan produk tersebut. Selain itu, tanpa memiliki lisensi dari pemegang hak atas merek parfum terkenal. Pelanggaran ini terjadi ketika parfum lokal menggunakan merek terkenal tanpa izin atau lisensi dari pemegang hak atas merek tersebut. Merek terkenal memiliki hak kekayaan intelektual yang melindungi merek dagang mereka, dan penggunaan merek tersebut tanpa izin merupakan pelanggaran hukum. Tindakan ini dapat mengakibatkan kerugian finansial dan reputasi bagi merek terkenal, serta dapat menimbulkan konflik hukum antara pemilik merek dan produsen parfum lokal.

Kedua bentuk pelanggaran ini melanggar hak kekayaan intelektual, terutama hak merek dagang, yang melindungi merek terkenal dari penggunaan yang tidak sah oleh pihak lain. Pelanggaran semacam ini dapat mengakibatkan konsekuensi hukum serius bagi pelaku pelanggaran, seperti denda, penarikan produk dari pasaran, atau bahkan tuntutan hukum atas kerugian yang ditimbulkan. Oleh karena itu, penting bagi parfum lokal untuk mematuhi hukum dan etika bisnis yang berlaku serta untuk menghormati hak-hak merek terkenal dalam kegiatan pemasaran dan promosi mereka.

Sebagai salah satu negara anggota *World Trade Organization* (WTO), Indonesia mengakui *Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights* (TRIPS) pada pasal 3 ayat (1) dan *Joint Recommendation Concerning Provisions on the Protection of Well-Known Marks* Pasal 3. Sebagai penganut prinsip *first to file*, merek asing terkenal yang belum terdaftar di Indonesia tetap dilindungi di negara ini. Merek global terkenal yang belum terdaftar di Indonesia tetap dilindungi di negara ini karena prinsip *first to file*. Keputusan Presiden Nomor 15 Tahun 1997 tentang Perubahan Keputusan Presiden Nomor 24 Tahun 1979 tentang Pengesahan Paris Convention for the Protection of Industrial Property dan Convensi tentang Hak Merek Terkenal menetapkan bahwa pelanggaran hak merek terkenal dapat dianggap sebagai pelanggaran hak merek terkenal berdasarkan prinsip perawatan nasional. warga negara dari negara lain yang juga anggota WTO.

Selain itu, berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis Pasal 41 ayat (1) tentang lisensi, pemilik merek terdaftar dapat menyerahkan lisensi kepada pihak lain. Hal ini menjadi penting untuk dikaji, terkait perlindungan hukum Indonesia bagi pemegang hak atas pencantuman merek terkenal pada parfum lokal. Dari latar belakang yang telah diuraikan, artikel ini akan membahas rumusan masalah yaitu bagaimana perlindungan hukum di Indonesia bagi pemegang hak atas pencantuman merek terkenal pada parfum lokal?

B. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan doktrinal. Pendekatan doktrinal adalah penelitian yang berdasarkan ketentuan perundang-undangan. perlindungan hukum positif Indonesia bagi pemegang hak atas pencantuman merek terkenal pada parfum lokal menjadi urgensi untuk dikaji karena dapat diduga terjadi pelanggaran hak atas merek yaitu adanya pemboncengan merek atau *passing off* yang dilakukan merek parfum lokal pada merek parfum terkenal selain itu juga menyebabkan kerugian bagi hak ekonomi pemegang hak atas merek parfum

terkenal karna berpengaruh atas keputusan konsumen untuk lebih memilih membeli produk parfum lokal padahal merek parfum lokal tidak memiliki perjanjian lisensi dengan parfum terkenal. Oleh karena itu, penelitian diarahkan untuk mengetahui dan memahami perlindungan hukum terhadap pemegang hak atas pencantuman merek terkenal pada parfum lokal. Bagian ini berisi penjelasan metode penelitian dan tahapan-tahapan dalam penelitian yang digunakan oleh penulis untuk mengkaji rumusan masalah.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berangkat dari teori perlindungan hukum maka dari itu yang bertujuan agar masyarakat bisa menikmati hak yang telah dijamin oleh hukum. Termasuk hak pemegang merek terkenal dalam kasus ini merek parfum terkenal teori perlindungan hukum akan menjadi alat bantu analisis perlindungan hukum Indonesia baik perlindungan preventif maupun perlindungan represif. Merek terkenal merujuk pada merek yang telah dikenal di luar batas regional hingga skala internasional, yang terbukti dengan pendaftaran merek tersebut di berbagai Negara. Pandangan Satjipto Rahardjo tentang perlindungan hukum menekankan pentingnya memberikan hak-hak yang dilindungi oleh hukum kepada semua anggota masyarakat⁵. Sebaliknya, Philipus Hadjon menyatakan bahwa perlindungan hukum juga mencakup menjaga kehormatan dan martabat serta mengakui hak-hak asasi manusia bagi setiap individu sesuai dengan hukum yang berlaku⁶.

Kemudian, menurut Bentham, teori utilitas menyimpulkan bahwa kita dapat memahami alam dan perilaku manusia melalui konsep kepuasan dan penderitaan, yang menjadi dasar untuk menetapkan tindakan-tindakan yang seharusnya kita lakukan⁷. Dalam teori ini, terdapat standar untuk menilai hal-hal yang dianggap benar atau salah serta untuk memahami hubungan sebab-akibat dari tindakan tersebut. Namun, Bentham juga menyadari bahwa prinsip-prinsip utilitas seringkali saling bertentangan, karena keputusan moral seringkali harus mempertimbangkan berbagai kepentingan yang berbeda.

Berikut ini beberapa contoh parfum lokal yang memakai merek parfum terkenal dengan mencantumkan merek tersebut sebagai media promosi (lihat halaman selanjutnya):

⁵ Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2000). Hlm. 54

⁶ Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia* (Surabaya: Bina Ilmu, 1987).

⁷ Mahkamah Agung Republik Indonesia, "Rekonstruksi Pemikiran Hukum Di Era Demokrasi" (Bengkulu, 2013).

Gambar 2. L'Artisan Parfumeur Inspired By YSL Black Opium



Sumber: Tokopedia

Gambar 3. Puegho Inspired By Baccarat



Sumber: Tokopedia

Tindakan pemilik merek parfum lokal yang memberikan judul promosi dengan mencantumkan merek parfum terkenal pada parfum lokal dalam hal ini media penjualan yaitu marketplace dikatakan sebagai passing off karena produk yang dijual membonceng atau ikut menikmati ketenaran melalui promosi dan menyebabkan penyesatan dengan adanya pencantuman ini sehingga konsumen akan berpikir kedua produk parfum ini memiliki ikatan atau lisensi. Padahal tidak adanya lisensi yang dikantongi ini menyebabkan kerugian bagi konsumen karena memakai merek dengan kualitas yang berbeda.

Perlindungan hukum diperlukan untuk Hak Merek Terkenal guna menyerahkan kepastian hukum bagi penemu, pemilik, dan pemegang hak merek. Selain itu, ini bertujuan untuk mencegah pelanggaran dan kejahatan terhadap Hak Merek serta menyerahkan insentif bagi masyarakat agar lebih termotivasi untuk menciptakan dan mendaftarkan merek usahanya. Perlindungan bagi merek terkenal dilakukan melalui dua cara, yaitu melalui upaya pencegahan dan penegakan hukum secara tegas.

1. Perlindungan Hukum Preventif

Bentuk perlindungan hukum secara preventif sebenarnya sudah dilakukan dengan adanya regulasi mengenai hukum merek yaitu Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis untuk mengatur apabila terjadi pelanggaran dan memberikan bentuk pencegahan agar tidak terjadi pelanggaran⁸.

Selain regulasi perlindungan yang lain, pendaftaran merek juga merupakan suatu bentuk perlindungan. Proses pendaftaran merek memungkinkan suatu merek diakui secara resmi melalui permohonan yang diajukan kepada Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, khususnya pada Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual. Pendaftaran merek merupakan langkah pengamanan bagi pemilik merek untuk memperoleh keuntungan dari perlindungan yang disediakan oleh

⁸ Almaida, Z., & Imanullah, M. N. (2021). *PERLINDUNGAN HUKUM PREVENTIF DAN REPRESIF BAGI PENGGUNA UANG ELEKTRONIK DALAM MELAKUKAN TRANSAKSI TOL NONTUNAI*. 9.

pemerintah. Di Indonesia, sistem pendaftaran merek yang dianut bersifat konstitutif, dimana pendaftaran merek menjadi syarat untuk memperoleh perlindungan hukum, dan prinsip "*first to file*" berlaku, yang berarti pemilik merek adalah orang yang pertama kali mendaftarkan merek tersebut.

Walau begitu, Indonesia juga memberikan perlindungan bagi merek terkenal yang belum terdaftar di negara ini. Ini terjadi karena Indonesia telah menyetujui Konvensi Paris dan Perjanjian TRIPS (Perjanjian WTO tentang Aspek-Aspek Kekayaan Intelektual yang Berkaitan dengan Perdagangan). Dengan mengadopsi kedua perjanjian tersebut, merek terkenal yang belum didaftarkan di Indonesia tetap memiliki perlindungan hukum untuk mencegah penyalahgunaan merek oleh pihak lain.

Perlindungan merek terkenal diatur dalam Keputusan Presiden Nomor 15 Tahun 1997 tentang Perubahan Keputusan Presiden Nomor 24 Tahun 1979 Tentang Pengesahan *Paris Convention For The Protection Of Industrial Property Dan Convention Establishing The World Intellectual Property Organization* Pasal 6^{bis} ayat 1, yang menyerahkan kewenangan bagi negara-negara anggota untuk melakukan tindakan preventif. Dalam hal ini, negara-negara anggota dapat secara *eks officio*, sesuai izin yang diatur dalam undang-undang mereka, atau atas permintaan dari pihak yang berkepentingan, menolak atau membatalkan pendaftaran, serta melarang pemakaian merek dagang yang dianggap sebagai replika, tiruan, atau terjemahan yang dapat menyebabkan kebingungan.

Oleh karena itu, perlindungan merek terkenal kembali diserahkan kepada undang-undang masing-masing negara, sesuai dengan Pasal 6bis ayat 1 yang menegaskan perlunya mempertahankan perlindungan preventif melalui hukum masing-masing negara anggota sistem hukum hak kekayaan intelektual. Di Indonesia, pendaftaran merek diatur oleh Pasal 5 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang menjelaskan bahwa hak atas merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang telah terdaftar untuk jangka waktu tertentu, yang dapat menggunakan merek tersebut sendiri atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya⁹.

Perlindungan hak atas merek bersifat territorial, yang berarti perlindungan tersebut hanya berlaku di negara dimana merek tersebut didaftarkan. Oleh karena itu, jika ingin memberikan perlindungan hukum terhadap merek di Indonesia, maka merek tersebut harus didaftarkan di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Indonesia.¹⁰ Pada dasarnya pendaftaran merek memberikan perlindungan hukum bagi pemegang hak atas merek. Hal tersebut ditegaskan dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis bahwa, "Hak atas Merek diperoleh setelah Merek tersebut terdaftar."

⁹ Dwi Seno Wijanarko and Slamet Pribadi. (2022). "Perlindungan Hukum Preventif Terhadap Merek Dagang Di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis," *Logika: Jurnal Penelitian Universitas Kuningan* 13, no. 2, Hlm. 193.

¹⁰ HukumOnline. (2023). "Aturan Pendaftaran Merek Internasional Di Indonesia," Lihat dalam <https://www.hukumonline.com/klinik/a/aturan-pendaftaran-merek-internasional-di-indonesia-cl2460/>. Diakses pada 10 Oktober 2023

Jadi walaupun merek parfum terkenal yang dimiliki oleh perusahaan asing tersebut telah terdaftar di negaranya, belum tentu merek tersebut telah terdaftar di Indonesia. Namun dalam kasus ini, beberapa contoh merek yang telah penulis cantumkan seperti *Baccarat Rogue* dan *Black Opium YSL* telah terdaftar di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Pemilik merek parfum terkenal asing wajib mendaftarkan mereknya di Indonesia dengan cara Pendaftaran Internasional menurut *Madrid Protocol* sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya. Setelah itu, baru mengadakan perjanjian lisensi dengan pemilik pafrum lokal yang ingin mencantumkan merek parfum terkenal di Indonesia.

Seiring dengan perkembangannya, Indonesia telah secara resmi menjadi anggota Protokol Madrid melalui Peraturan Presiden Nomor 92 Tahun 2017. Protokol ini merupakan perjanjian internasional yang mengatur tentang sistem administrasi pendaftaran merek secara internasional bagi para anggotanya. Dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 2018 Tentang Pendaftaran Merek Internasional Berdasarkan Protokol Terkait Dengan Persetujuan Madrid Mengenai Pendaftaran Merek Secara Internasional diatur syarat dan tata cara permohonan internasional pada Pasal 3 yang menyatakan bahwa:

- (1) Permohonan Internasional diajukan kepada Biro Internasional melalui Menteri.
- (2) Permohonan Internasional sebagaimana dijelaskan pada ayat (1) dapat diajukan secara elektronik atau nonelektronik.
- (3) Permohonan Internasional sebagaimana dimaksud pada ayat (2) harus diisi menggunakan formulir dalam bahasa Inggris.
- (4) Permohonan Internasional sebagaimana dijelaskan pada ayat (3) hanya dapat diajukan oleh:
 - a. Pemohon yang memiliki kewarganegaraan Indonesia;
 - b. Pemohon yang memiliki domisili atau tempat kedudukan hukum di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia; atau
 - c. Pemohon yang memiliki kegiatan usaha industri atau komersial yang nyata di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia. Permohonan Internasional seperti yang dijelaskan pada ayat (3) dapat diajukan melalui Kuasa.

Pada Pasal 52 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis telah diatur juga mengenai permohonan pendaftaran merek internasional dapat berupa:

- a. Permohonan yang berasal dari Indonesia ditujukan ke biro internasional melalui Menteri Hukum dan HAM (“menteri”); atau
- b. Permohonan yang ditujukan ke Indonesia sebagai salah satu negara tujuan yang diterima oleh menteri dari biro internasional.
- c. Perusahaan asing yang memegang hak atas merek asing tersebut dapat mendaftarkan mereknya di Indonesia melalui cara pendaftaran internasional menurut Madrid Protocol sebagaimana dijelaskan di atas.

Perusahaan asing yang memegang hak atas merek asing dalam hal ini pemilik merek parfum terkenal tersebut dapat mendaftarkan mereknya di Indonesia melalui

cara pendaftaran internasional menurut *Madrid Protocol* sebagaimana dijelaskan di atas. Pendaftaran ini juga agar hak atas merek pemilik merek parfum terkenal terlindungi oleh negara Indonesia karena seperti yang sudah dibahas sebelumnya perlindungan hak atas merek bersifat territorial dengan diaftarkannya merek parfum terkenal maka pemilik merek terkenal memiliki hak atas merek tersebut di negara Indonesia tidak hanya di negaranya saja.

Penolakan pendaftaran merek terkait dengan perlindungan secara preventif terhadap merek terkenal perlu memperhatikan adanya unsur maksud buruk, yang berarti pendaftar yang bukan pemilik merek terkenal dengan sengaja dan dengan niat jahat ingin memanfaatkan popularitas merek terkenal orang lain, serta memanfaatkan promosi merek terkenal tersebut untuk mendapatkan keuntungan pribadinya secara gratis tanpa izin atau lisensi. Dalam rangka melindungi merek terkenal dari praktik-praktik yang merugikan dan melanggar hak kekayaan intelektual, penolakan pendaftaran merek oleh pihak otoritas berwenang perlu dipertimbangkan jika terdapat tanda-tanda maksud buruk dari pendaftar. Dengan demikian, pendaftaran merek terkenal dapat dijaga dan hak-hak pemilik merek dapat tetap dilindungi dari pemakaian yang tidak sah atau tanpa izin seperti yang tercantum pada Bagian Kesatu Pasal 4 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis berbunyi "*Syarat dan Tata Cara Permohonan:*

- (1) Permohonan pendaftaran Merek diajukan oleh Pemohon atau Kuasanya kepada Menteri, baik secara elektronik maupun nonelektronik, dalam bahasa Indonesia.
- (2) Dalam Permohonan seperti yang disebutkan pada ayat (1), harus mencantumkan:
 - a. tanggal, bulan, dan tahun Permohonan;
 - b. Nama lengkap, kewarganegaraan, dan alamat Pemohon;
 - c. Nama lengkap dan alamat Kuasa jika Permohonan diajukan melalui Kuasa;
 - d. Warna jika Merek yang dimohonkan pendaftarannya menggunakan unsur warna;
 - e. Nama negara dan tanggal permintaan Merek yang pertama kali jika Permohonan diajukan dengan Hak Prioritas; dan
 - f. Kelas barang dan/atau jasa serta uraian jenis barang dan/atau jenis jasa.
- (3) Permohonan harus ditandatangani oleh Pemohon atau Kuasanya.
- (4) Permohonan sebagaimana diatur pada ayat (1) harus dilampiri dengan label Merek dan bukti pembayaran biaya.
- (5) Biaya Permohonan pendaftaran Merek ditetapkan per kelas barang dan/atau jasa.
- (6) Jika Merek seperti yang disebutkan pada ayat (4) berupa bentuk tiga dimensi, label Merek yang dilampirkan harus mencerminkan karakteristik Merek tersebut.
- (7) Jika Merek seperti yang disebutkan pada ayat (4) berupa suara, label Merek yang dilampirkan harus berupa notasi dan rekaman suara.
- (8) Permohonan sebagaimana diatur pada ayat (1) harus dilampiri dengan surat pernyataan kepemilikan Merek yang dimohonkan pendaftarannya.

- (9) Ketentuan lebih lanjut mengenai biaya permohonan sebagaimana disebutkan pada ayat (5) diatur dengan Peraturan Pemerintah. Pada Pasal 4 ini memberikan syarat dan tata cara permohonan pendaftaran sebagai bentuk perlindungan preventif bagi pemilik merek parfum terkenal untuk mendaftarkan mereknya dan mendapatkan hak eksklusif.

Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual pastinya melakukan pemeriksaan terlebih dahulu kepada merek-merek yang mengajukan permohonan pendaftaran dan merek parfum terkenal terlindungi dengan adanya pasal ini dimana jika ditemukan persamaan maka permohonan . Pendaftaran merek oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual dilakukan melalui pemeriksaan substantif, namun tidak selalu dapat menjamin jika merek dagang yang didaftarkan tidak serupa dengan merek lainnya. Jika terjadi sengketa di pengadilan dan terbukti jika merek yang terdaftar tersebut serupa dengan merek lain, maka pendaftaran merek tersebut dapat dibatalkan. Hal ini dapat disebabkan oleh regulasi yang mungkin belum memadai untuk melindungi merek-merek terkenal dengan baik.

Perlindungan hukum preventif di sini adalah upaya untuk melindungi merek dan merek terkenal sebelum terjadi tindakan pidana atau pelanggaran hukum terhadapnya. Dalam hal ini, tanggung jawab utama berada pada pemilik merek untuk melakukan pendaftaran mereknya agar mendapatkan perlindungan hukum yang lebih kuat. Sesuai dengan Pasal 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, hak atas merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang telah terdaftar dalam daftar umum merek untuk jangka waktu tertentu. Hal ini berkaitan dengan sistem hukum kita yaitu *first to file* dimana suatu merek akan mendapatkan perlindungan jika telah didaftarkan.

Pemilik merek dapat mengimplementasikan merek tersebut sendiri atau menyerahkan izin kepada pihak lain untuk mengimplementasikannya. Dalam hal ini dari beberapa contoh merek parfum terkenal yang sudah di cantumkan gambarnya, merek-merek tersebut sudah terdaftar di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) seperti *Baccarat* dan *YSL* maka dari itu merek-merek parfum terkenal ini berhak mendapatkan perlindungan karna sudah terdaftar di Indonesia.

Merek yang telah terdaftar akan mendapatkan perlindungan hukum selama 10 (sepuluh) tahun sejak tanggal penerimaan pendaftaran (tanggal pengajuan) dan dapat diperpanjang. Oleh karena itu, untuk mendapatkan perlindungan hukum berdasarkan hukum merek, seseorang atau badan hukum harus terlebih dahulu mendaftarkan mereknya.

Selain pendaftaran dan regulasi, bentuk perlindungan preventif lainnya adalah lisensi dimana berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis Pasal 42 ayat 1 pemilik merek terdaftar dapat memberikan lisensi kepada pihak lain untuk menggunakan Merek tersebut baik sebagian maupun seluruh jenis barang dan/atau jasa. Adanya lisensi ini sebagai bentuk pencegahan pelanggaran merek dan menjamin hak pemilik merek terkenal dalam hal ini merek parfum terkenal karena dengan adanya lisensi kedua belah pihak telah menyetujui

penggunaan merek oleh pihak lain dan pihak pemberi lisensi akan terjamin hak monopoli atas mereknya serta akan mendapatkan keuntungan berupa royalti.

Pemberian lisensi dapat juga dikategorikan termasuk kedalam bentuk perlindungan represif agar hak pemilik merek parfum terkenal bisa tetap terjamin dengan adanya pengalihan hak secara resmi untuk menggunakan hak nya serta pihak merek parfum terkenal tetap mendapatkan keuntungan.

Pengalihan hak atas merek harus diajukan untuk dicatat oleh Direktorat Jenderal, disertai dengan dokumen-dokumen pendukung seperti Sertifikat Merek. Jika pengalihan hak merek terdaftar tidak didaftarkan dalam Daftar Umum Merek, maka tidak akan berdampak hukum terhadap pihak ketiga selain pemindahan hak merek itu sendiri. Selain itu, pemilik merek terdaftar juga berhak memberikan lisensi kepada pihak lain melalui perjanjian lisensi, yang mencakup pemberian hak untuk menggunakan merek, baik untuk seluruh atau sebagian jenis barang dan/atau jasa yang didaftarkan, dalam jangka waktu dan syarat-syarat tertentu yang tidak melebihi masa perlindungan merek terdaftar.¹¹

Kurangnya kesadaran dari pihak merek parfum lokal untuk membuat lisensi dengan pemegang hak atas merek parfum terkenal sehingga lisensi menjadi kurang efektif dalam implementasinya sebagai salah satu bentuk perlindungan. Sosialisasi terkait lisensi sudah dilakukan oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual baik secara video maupun tertulis pada laman resmi Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual berikut link tertera bisa dibuka pada situs resmi Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual:

1. <https://www.dgip.go.id/artikel/detail-artikel/komersialisasikan-merek-dengan-beragam-bentuk-lisensi?kategori=liputan>
2. [humashttps://www.youtube.com/watch?v=6u-YIKdGdek](https://www.youtube.com/watch?v=6u-YIKdGdek)

Pada kenyataannya masyarakat dalam hal ini pemilik merek parfum lokal masih minim kesadaran akan pentingnya membuat lisensi. Dengan mempertimbangkan teori utilitis yaitu dimana dengan moralitas dan utilitas, kebijakan hukum dapat diarahkan untuk mencapai tujuan yang sejalan dengan kesejahteraan dan kebahagiaan masyarakat. Berdasarkan teori utilitis, regulasi yang ada yaitu Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis sudah mencapai tujuan dibuat untuk memberikan kesejahteraan dimana hak-hak masyarakat dibidang hak merek terlindungi dengan adanya peraturan ini terbukti bahwa undang-undang yang ada sudah memberikan manfaat yaitu melindungi baik itu secara preventif maupun represif.

Dalam hal ini pencantuman merek parfum terkenal pada parfum lokal, pemegang hak merek parfum terkenal sudah dilindungi dengan adanya regulasi yang ada dan sudah memberikan manfaat sesuai dengan teori utilitis dan perlindungan hukum tetapi implementasinya belum maksimal karena belum adanya lisensi yang dikantongi atau dimiliki oleh pemilik merek parfum lokal.

¹¹ Ni Ketut Supasti Darmawan, *Buku Ajar Hak Kekayaan Intelektual* (Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2016). Hlm. 61

2. Perlindungan Hukum Represif

Perlindungan secara represif diberikan kepada seseorang jika terjadi pelanggaran hak atas merek¹². Pemilik merek terdaftar memiliki hak untuk dilindungi dari pelanggaran hak mereknya, baik melalui gugatan ganti rugi dan gugatan pembatalan pendaftaran merek, maupun melalui tuntutan hukum pidana yang dilakukan oleh aparat penegak hukum. Dengan adanya Undang-Undang Merek di Indonesia, hal-hal yang terkait dengan pencatutan, pendomplengan, pemakaian nama, dan *domain name* atas merek yang telah terkenal ialah ancaman serius bagi perkembangan industri suatu perusahaan. Regulasi mengenai merek dimaksudkan untuk menyerahkan perlindungan yang efektif guna mencegah berbagai bentuk pelanggaran, seperti penjiplakan, pemakaian nama yang sama, pencatutan nama, atau pemakaian *domain name* yang serupa dengan merek terdaftar.

Perlindungan hukum yang bersifat represif akan diberlakukan jika terjadi pelanggaran hak atas merek, baik melalui gugatan perdata maupun tuntutan pidana. Di Indonesia, sistem perlindungan merek mengharuskan adanya laporan dari pihak yang dirugikan, yaitu delik aduan, sebelum pelanggaran dapat diproses¹³. Pemilik merek terdaftar mendapatkan perlindungan hukum terhadap pelanggaran merek, termasuk gugatan ganti rugi atau penghentian pemakaian merek tersebut, serta melalui tuntutan hukum pidana oleh aparat penegak hukum. Pemilik merek terdaftar juga berhak mengajukan permohonan pembatalan pendaftaran merek terhadap merek yang didaftarkan oleh pihak lain tanpa hak¹⁴.

Globalisasi telah meningkatkan tingkat persaingan di Indonesia. Dalam persaingan usaha yang ketat, pelaku usaha sering kali melakukan kecurangan untuk merugikan kompetitor mereka¹⁵. Salah satu contohnya adalah pencantuman merek parfum terkenal pada parfum lokal, yang dapat menyebabkan kerugian bagi pemilik merek terkenal dan memungkinkan pemilik merek untuk mengajukan gugatan di pengadilan¹⁶.

Pemilik merek parfum terkenal dapat mengajukan gugatan atas pelanggaran mereknya yang telah digunakan oleh merek parfum lokal tanpa adanya lisensi karena hal tersebut dapat menyebabkan kerugian bagi pemilik merek asli, terutama jika produk yang dipalsukan memiliki kualitas yang berbeda dengan produk asli¹⁷. Dalam hal ini apabila parfum lokal apabila terbukti secara sah ada pihak yang telah melakukan pelanggaran merek atas pencantuman merek parfum terkenal maka pihak yang melakukan pelanggaran akan dikenakan sanksi (baik pidana atau

¹² Suryamizon, A. L. (2017). PERLINDUNGAN HUKUM PREVENTIF TERHADAP KEKERASAN PEREMPUAN DAN ANAK DALAM PERSPEKTIF HUKUM HAK ASASI MANUSIA. *Marwah: Jurnal Perempuan, Agama dan Jender*, 16(2), 112. <https://doi.org/10.24014/marwah.v16i2.4135>

¹³ Arifin, Z., & Iqbal, M. (n.d.). PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP MEREK YANG TERDAFTAR.

¹⁴ Asuan, A. (2022). PENDAFTARAN HAK ATAS MEREK. *Solusi*, 20(1), 135–160. <https://doi.org/10.36546/solusi.v20i1.533>

¹⁵ Kalinda, H. K. (2020). PROBLEMATIKA PENGATURAN PERSAINGAN USAHA DALAM SISTEM HUKUM INDONESIA. 8(1).

¹⁶ Yuliaty, T. (2020). Strategi UMKM Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Global Studi Kasus Pada PT. Muniru Burni Telong. 19(3).

¹⁷ Mirfa, E. (2016). PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP MEREK TERDAFTAR. 11.

denda) sesuai dengan pelanggaran yang dilakukan¹⁸. Jadi perlindungan hukum akan diberikan oleh Negara hanya kepada merek yang terdaftar saja dimana merek parfum terkenal sudah terdaftar di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual.

Regulasi ini bertujuan untuk mencakup seluruh kepentingan yang ada serta memastikan terciptanya perlindungan hukum yang efektif. Proses penyelesaian pelanggaran hak merek diatur dalam Undang-Undang Hak Merek, yang memberikan berbagai opsi penyelesaian hukum kepada pemilik merek yang haknya dilanggar oleh pihak lain. Berikut adalah mekanisme penyelesaian yang tersedia bagi pemilik merek yang ingin mempertahankan haknya:

- a) Gugatan Perdata, mekanisme ini diatur di dalam Pasal 83 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang menyatakan:
 - (1) Pihak yang melihat penggunaan Merek yang serupa pada dasarnya atau secara keseluruhan untuk barang dan/atau jasa yang serupa tanpa izin dapat mengajukan gugatan untuk:
 - a. mendapatkan ganti rugi; dan/atau
 - b. menghentikan semua tindakan yang terkait dengan penggunaan Merek tersebut.
 - (2) Gugatan seperti yang dijelaskan pada ayat (1) juga dapat diajukan oleh pemilik Merek terkenal berdasarkan putusan pengadilan.
 - (3) Gugatan sebagaimana diatur pada ayat (1) harus diajukan ke Pengadilan Niaga. Pemegang merek berhak untuk meminta ganti rugi atas kerugian yang diderita dan memohon kepada pengadilan niaga untuk menghentikan semua tindakan yang terkait dengan penggunaan merek.

Merek parfum terkenal dapat mengajukan gugatan ganti rugi kepada pengadilan niaga atas pencantuman mereknya pada parfum lokal¹⁹ atau dapat mengajukan penghentian perbuatan atas penggunaan mereknya sesuai dengan yang tercantum pada Pasal 83 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Tuntutan Pidana serta ketentuan pidana pelanggaran merek diatur di dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah oleh Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Untuk itu sanksinya diatur di Pasal 45A ayat (1) yang berbunyi:

"Setiap Orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi

¹⁸ Palendeng, S. E., Kalalo, M. E., & Soeikromo, D. (n.d.). *TRADEMARK DISPUTE RESOLUTION IS ASSOCIATED WITH LEGAL CERTAINTY OF INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS*.

¹⁹ Nurhidayati, N. (2017). *Perlindungan merek terkenal menurut UU No. 15 tahun 2001(Kasus Pierre Cardin melawan Alexander Satriyo Wibowo)*. Neliti. <https://www.neliti.com/publications/234447/perlindungan-merek-terkenal-menurut-uu-no-15-tahun-2001kasus-pierre-cardin-melaw>

Elektronik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah)."

Pihak merek parfum terkenal dapat pula mengajukan tuntutan pidana karena berdasarkan Pasal 45A ayat (1) pihak yang sengaja dengan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan²⁰. Dalam hal ini pihak parfum lokal dapat dipidana penjara atau dikenai denda karena dengan tanpa hak menyesatkan konsumen dalam transaksi elektronik karna mencantumkan merek parfum terkenal. Penyelesaian sengketa melalui alternatif penyelesaian sengketa/ ADR (*Alternative Dispute Resolution*) dalam bentuk negosiasi, mediasi, konsiliasi, dan cara lain yang dipilih oleh para pihak sesuai dengan undang-undang yang berlaku yaitu Pasal 93 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis²¹. Pasal 93 menyatakan bahwa selain penyelesaian gugatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 83 para pihak dapat menyelesaikan sengketa melalui arbitrase atau alternatif penyelesaian sengketa. Pihak merek parfum terkenal dapat melakukan penyelesaian sengketa dengan arbitrase atau alternatif penyelesaian sengketa selain dari dapat mengajukan gugatan perdata²².

Untuk jenis sengketa perdata yang timbul karena adanya pelanggaran dalam hal ini *passing off* yang dilakukan oleh orang atau badan hukum yang tidak berhak atas hak kekayaan intelektual, penyelesaian juga dapat melalui pengadilan negeri, pengadilan niaga, arbitrase, dan alternatif penyelesaian sengketa²³. Dalam hal ini penyelesaian pelanggaran hak merek yang dilakukan merek parfum lokal terhadap parfum terkenal dengan mencantumkan merek parfum terkenal sebagai inspirasi aromanya bisa diselesaikan dengan ketiga cara diatas.

Dalam hal ini yang terjadi dilapangan pihak merek parfum terkenal seakan tidak begitu peduli dengan pelanggaran ini. Hal ini bisa saja dikarenakan faktor pihak merek parfum terkenal tidak mengetahui adanya pelanggaran ini sehingga pelanggaran ini bisa dengan mudah diacuhkan bahkan tetap berjalan sampai sekarang²⁴. Faktor lainnya adalah pihak pemilik merek parfum terkenal tidak merasa bahwa pelanggaran ini merugikan atau bahkan mengancam bisnis mereka²⁵.

²⁰ Sudarsono, S. (2018). HARMONISASI PENYELESAIAN SENGKETA MEREK DI PENGADILAN TATA USAHA NEGARA DAN PENGADILAN NIAGA. *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, 7(1), 49. <https://doi.org/10.33331/rechtsvinding.v7i1.221>

²¹ Khoirul Hidayah, *Hukum Hak Kekayaan Intelektual* (Malang: Setara Press, 2017). Hlm. 61

²² Hafizah, H. J., & Apriani, R. (2022). Penyelesaian Sengketa Merek (Studi Kasus Pepsodent Strong vs Formula Strong). *Wajah Hukum*, 6(2), 225. <https://doi.org/10.33087/wjh.v6i2.879>

²³ Dora Kusumastuti, Sutoyo, and Y. Djoko Suseno, *Buku Ajar Hukum Kekayaan Intelektual* (Surakarta: Unisri Press, 2018). Hlm. 73

²⁴ Safiranita, T., Putri, S. A., & Kusmayanti, H. (2017). Penyelesaian Sengketa Merek Terkenal "SEPHORA" atas Dasar Persamaan Pada Pokoknya Berdasarkan Herzien Inlandsch Reglement (HIR) dan Undang-Undang Merek. *Dialogia Iuridica: Jurnal Hukum Bisnis dan Investasi*, 9(1), 112. <https://doi.org/10.28932/di.v9i1.734>

²⁵ Kurniasih, R., & Yustanti, D. E. (n.d.). *Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terdaftar Ditinjau Menurut Hukum Merek Di Indonesia*.

Pemilik merek parfum terkenal merasa bahwa level antara parfum nya dan parfum lokal yang mencantumkan mereknya itu berbeda jauh baik dari segi kualitas, harga maupun ketenaran merek oleh karena itu pelanggaran sejenis ini tetap dibiarkan merajalela dan tidak bisa di tindak disebabkan oleh tidak adanya laporan atau gugatan dari pemilik parfum terkenal yang merasa di rugikan.

Mekanisme gugatan pemilik hak merek terkenal asing sama saja dengan Warga Negara Indonesia (WNI) karena berdasarkan penjelasan Pasal 83 Pemberian hak untuk mengajukan gugatan perdata berdasarkan perbuatan curang yang dilakukan oleh pihak lain dimaksudkan untuk memberikan perlindungan hukum kepada pemilik Merek terkenal meskipun belum terdaftar. Maka tata cara gugatan pada pengadilan niaga diatur sesuai pasal 85 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang berbunyi:

- (1) “Gugatan sebagaimana diatur dalam Pasal 74 dan Pasal 76 diajukan kepada Ketua Pengadilan Niaga di wilayah hukum tempat tinggal atau domisili tergugat.
- (2) Apabila salah satu pihak memiliki tempat tinggal di luar wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia, gugatan diajukan kepada Ketua Pengadilan Niaga Jakarta Pusat.
- (3) Panitera mendaftarkan gugatan pada tanggal yang sama dengan tanggal pendaftaran, dan memberikan tanda terima tertulis kepada penggugat yang ditandatangani oleh panitera.
- (4) Gugatan disampaikan kepada Ketua Pengadilan Niaga dalam waktu maksimum 2 (dua) hari sejak gugatan didaftarkan.
- (5) Dalam waktu maksimum 3 (tiga) hari sejak gugatan disampaikan sebagaimana diatur pada ayat (4), Ketua Pengadilan Niaga mempelajari gugatan dan menunjuk majelis hakim untuk menyiapkan hari sidang.
- (6) Para pihak dipanggil oleh juru sita dalam waktu maksimum 7 (tujuh) hari setelah gugatan didaftarkan.
- (7) Sidang pemeriksaan hingga putusan atas gugatan sebagaimana diatur pada ayat (1) harus diselesaikan dalam waktu maksimum 90 (sembilan puluh) hari setelah perkara diterima oleh majelis yang memeriksa perkara tersebut, dengan kemungkinan perpanjangan maksimum 30 (tiga puluh) hari atas persetujuan Ketua Mahkamah Agung.
- (8) Putusan atas gugatan sebagaimana diatur pada ayat (1) yang mengandung pertimbangan hukum yang mendasari putusan tersebut harus diucapkan dalam sidang terbuka untuk umum.
- (9) Isi putusan Pengadilan Niaga sebagaimana diatur pada ayat (8) harus disampaikan oleh juru sita kepada para pihak dalam waktu maksimum 14 (empat belas) hari setelah putusan atas gugatan sebagaimana diatur pada ayat (1) diucapkan”.

Tidak ada perbedaan dari mekanisme pengajuan gugatan oleh warga Negara asing dan warga Negara Indonesia semua mengacu para tata cara gugatan Pasal 85 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Dalam kasus ini yaitu pencantuman merek parfum terkenal pada parfum lokal berhubungan dengan gugatan pada Pasal 76 yang tercantum pada Pasal 85 ayat (1) sebagai gugatan yang bisa didaftarkan yang telah disebutkan pada halaman

sebelumnya. Pasal 76 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menyatakan bahwa:

- (1) “Gugatan pembatalan terhadap merek yang terdaftar dapat diajukan oleh pihak yang berkepentingan, sesuai dengan alasan yang diatur dalam Pasal 20 dan/atau Pasal 21.
- (2) Pemilik merek yang belum terdaftar dapat mengajukan gugatan sebagaimana yang disebutkan dalam ayat (1), setelah melakukan Permohonan kepada Menteri.
- (3) Gugatan pembatalan diajukan kepada Pengadilan Niaga terhadap pemilik merek yang terdaftar”.

Namun kenyataannya merek parfum lokal yang mencantumkan merek parfum terkenal berdasarkan beberapa contoh yang telah penulis berikan seperti *Zierdan Parfume* belum terdaftar di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual.

D. PENUTUP

Indonesia menganut sistem pendaftaran merek berdasarkan prinsip konstitutif. Meskipun demikian, perlindungan hukum tetap diberikan kepada pemegang hak merek terkenal yang belum terdaftar di Indonesia. Negara ini memiliki peraturan yang mengatur perlindungan hukum bagi pemegang hak merek terkenal terkait pencantuman merek pada parfum lokal. Perlindungan hukum ini mencakup beberapa aspek, termasuk pendaftaran merek, perlindungan terhadap merek terkenal yang belum terdaftar, serta mekanisme penyelesaian pelanggaran hak merek. Hal ini mencerminkan komitmen Indonesia untuk memastikan bahwa hak-hak pemegang merek terkenal dihormati dan dilindungi di dalam negeri, sekaligus memperkuat regulasi yang mengatur praktik bisnis parfum lokal. Sebagai bentuk perlindungan preventif terhadap pencantuman merek parfum terkenal pada parfum lokal, terdapat regulasi yang secara khusus mengatur tentang merek terkenal, seperti ketentuan Pasal-Pasal dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Dalam regulasi tersebut, pendaftaran dan lisensi juga merupakan bentuk perlindungan preventif, dimana pengaturan merek ini bertujuan untuk memberikan perlindungan efektif dan mencegah pelanggaran terhadap suatu merek. Perlindungan represif diberikan kepada pemilik merek terkenal dalam bentuk gugatan ganti rugi atau penghentian segala perbuatan yang berkaitan dengan pemakaian merek tersebut. Pemilik merek juga dapat mengajukan tuntutan hukum pidana melalui aparat penegak hukum untuk menegakkan hak-hak merek mereka. Pelanggaran hukum terjadi ketika merek terkenal dicantumkan pada media promosi parfum lokal tanpa adanya inspirasi (*inspired by*), yang dapat membingungkan pelanggan dan dianggap sebagai tindakan *passing off* atau pemboncengan merek.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

Wijanarko, Dwi Seno, and Slamet Pribadi. “Perlindungan Hukum Preventif Terhadap Merek Dagang Di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun

- 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis." *Logika: Jurnal Penelitian Universitas Kuningan* 13, no. 2 (2022): 193.
- Almaida, Z., & Imanullah, M. N. (2021). *PERLINDUNGAN HUKUM PREVENTIF DAN REPRESIF BAGI PENGGUNA UANG ELEKTRONIK DALAM MELAKUKAN TRANSAKSI TOL NONTUNAI*. 9.
- Suryamizon, A. L. (2017). PERLINDUNGAN HUKUM PREVENTIF TERHADAP KEKERASAN PEREMPUAN DAN ANAK DALAM PERSPEKTIF HUKUM HAK ASASI MANUSIA. *Marwah: Jurnal Perempuan, Agama dan Jender*, 16(2), 112. <https://doi.org/10.24014/marwah.v16i2.4135>
- Asuan, A. (2022). PENDAFTARAN HAK ATAS MEREK. *Solusi*, 20(1), 135–160. <https://doi.org/10.36546/solusi.v20i1.533>
- Safiranita, T., Putri, S. A., & Kusmayanti, H. (2017). Penyelesaian Sengketa Merek Terkenal "SEPHORA" atas Dasar Persamaan Pada Pokoknya Berdasarkan Herzien Inlandsch Reglement (HIR) dan Undang-Undang Merek. *Dialogia Iuridica: Jurnal Hukum Bisnis dan Investasi*, 9(1), 112. <https://doi.org/10.28932/di.v9i1.734>
- Kalinda, H. K. (2020). *PROBLEMATIKA PENGATURAN PERSAINGAN USAHA DALAM SISTEM HUKUM INDONESIA*. 8(1).
- Nurhidayati, N. (2017). *Perlindungan merek terkenal menurut UU No. 15 tahun 2001(Kasus Pierre Cardin melawan Alexander Satriyo Wibowo)*. Neliti. <https://www.neliti.com/publications/234447/perlindungan-merek-terkenal-menurut-uu-no-15-tahun-2001kasus-pierre-cardin-melaw>
- Hafizah, H. J., & Apriani, R. (2022). Penyelesaian Sengketa Merek (Studi Kasus Pepsodent Strong vs Formula Strong). *Wajah Hukum*, 6(2), 225. <https://doi.org/10.33087/wjh.v6i2.879>
- Sudarsono, S. (2018). HARMONISASI PENYELESAIAN SENGKETA MEREK DI PENGADILAN TATA USAHA NEGARA DAN PENGADILAN NIAGA. *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, 7(1), 49. <https://doi.org/10.33331/rechtsvinding.v7i1.221>

Buku

- Arifin, Z., & Iqbal, M. (n.d.). *PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP MEREK YANG TERDAFTAR*.
- Aryani, E. (n.d.). *PELANGGARAN HAK ATAS MEREK DAN MEKANISME PENYELESAIANNYA DI INDONESIA*.
- Darmawan, Ni Ketut Supasti. (2016). *Buku Ajar Hak Kekayaan Intelektual*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Hadjon, Philipus M. (1987). *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*. Surabaya: Bina Ilmu.
- Hidayah, Khoirul. (2017). *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. Malang: Setara Press.
- Kurniasih, R., & Yustanti, D. E. (n.d.). *Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terdaftar Ditinjau Menurut Hukum Merek Di Indonesia*.
- Kusumastuti, Dora, Sutoyo, dan Y. Djoko Suseno. (2018). *Buku Ajar Hukum Kekayaan Intelektual*. Surakarta: Unisri Press.

- Mirfa, E. (2016). *PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP MEREK TERDAFTAR*. 11.
- Palendeng, S. E., Kalalo, M. E., & Soeikromo, D. (n.d.). *TRADEMARK DISPUTE RESOLUTION IS ASSOCIATED WITH LEGAL CERTAINTY OF INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS*.
- Rahardjo, Satjipto. (2000). *Ilmu Hukum*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.

Publikasi Institusi

- Mahkamah Agung Republik Indonesia. "Rekonstruksi Pemikiran Hukum Di Era Demokrasi." Bengkulu, 2013.

Undang-Undang

- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis
- Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 2018 Tentang Pendaftaran Merek Internasional Berdasarkan Protokol Terkait Dengan Persetujuan Madrid Mengenai Pendaftaran Merek Secara Internasional
- Keputusan Presiden Nomor 15 Tahun 1997 tentang Perubahan Keputusan Presiden Nomor 24 Tahun 1979 Tentang Pengesahan Paris Convention For The Protection Of Industrial Property Dan Convention Establishing The World Intellectual Property Organization.

Artikel Online

- AntaraneWS. (1 Juni 2021). "Bisnis Parfum Lokal Mulai Berkembang Terdukung Gernas BBI,". Lihat dalam <https://m.antaranews.com/berita/2186046/bisnis-parfum-lokal-mulai-berkembang-terdukung-gernas-bbi>. Diakses pada 30 Januari 2023
- Detikinet. (2 November 2022). "Penjualan Parfum Secara Digital Meroket Sepanjang 2022," Lihat dalam <https://inet.detik.com/cyberlife/d-6383719/penjualan-parfum-secara-digital-meroket-sepanjang-2022>. Diakses pada 30 Januari 2023
- HukumOnline. (4 Agustus 2023). "Aturan Pendaftaran Merek Internasional Di Indonesia," Lihat dalam <https://www.hukumonline.com/klinik/a/aturan-pendaftaran-merek-internasional-di-indonesia-cl2460/>. Diakses pada 10 Oktober 2023
- Liputan6.com. (15 Januari 2023). "Penjualan Parfum Secara Digital Meningkatkan Di 2022," Lihat dalam <https://www.liputan6.com/citizen6/read/5180568/penjualan-parfum-secara-digital-meningkat-di-2022>. Diakses pada 21 Februari 2023