Jurnal IUS Kajian Hukum dan Keadilan
Volume 8 Issue. 3, December 2020, E-ISSN 2477-815X, P-ISSN 2303-3827
Nationally Accredited Journal, Decree No. 30/E/KPT/2018
open access at : http://jurnalius.ac.id/ojs/index.php/jurnalIUS

ANALISIS PENGHAPUSAN MEREK TERDAFTAR ATAS PRAKARSA MENTERI KARENA BERTENTANGAN DENGAN PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN

THE ANALYSIS OF REGISTERED TRADEMARK ABOLITION CONDUCTED BY MINISTER DUE TO AGAINST THE REGULATION

Muh. Ali Masnun
Universitas Negeri Surabaya
email : alimasnun@unesa.ac.id

Radhyca Nanda Pratama
Universitas Negeri Surabaya
email : radhycanp@gmail.com

Abstract

This study aims to elaborate on the removal of registered marks at the initiative of the Minister because they are against the laws and regulations. The research method used is doctrinal legal research using primary and secondary legal materials. Based on the results of the analysis that has been explained that in the provisions of the mandatory use of the Indonesian language as regulated in the Language Law and Presidential Decree on the Indonesian Language, the Minister for his initiative has not been able to carry out the elimination of marks that use foreign languages for several reasons, including in terms of mark classification, IPR concept and creativity , the concept of a mark, the concept of deletion and cancellation of a mark and the formulation of authority to remove a registered mark at the initiative of the minister. The recommendation of this research is that the Government needs to change or replace the regulations, especially the provisions on the mandatory use of Indonesian on marks owned by Indonesian citizens or Indonesian legal entities.

Keywords: The Deletion of Registered Mark; Minister's Initiative; Contradicts to the Laws and Regulations

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengelaborasi terkait penghapusan merek terdaftar atas prakarsa Menteri karena bertentangan dengan peraturan perundang-undangan. Metode penelitian yang digunakanan penelitian hukum doktrinal dengan menggunakan bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan bahwa dalam ketentuan kewajiban penggunaan bahasa Indonesia sebagaimana diatur dalam UU Bahasa dan Perpres Bahasa Indonesia, Menteri atas prakarsanya belum dapat melaksanakan penghapusan merek yang menggunakan bahasa asing dengan beberapa alasan, antara lain dari sisi klasifikasi merek, konsep HKI dan kreativitas, konsep merek, konsep penghapusan dan pembatalan merek dan formulasi kewenangan penghapusan merek terdaftar atas prakarsa menteri. Rekomendasi dari penelitian ini adalah Pemerintah perlu mengubah atau mengganti regulasi khususnya ketentuan kewajiban penggunaan bahasa Indonesia pada merek yang dimiliki oleh warga negara Indonesia atau Badan Hukum Indonesia.

Kata Kunci: ***Penghapusan Merek; Prakarsa Menteri; Bertentangan Peraturan Perundang-Undangan***

DOI: http://dx.doi.org/10.29303/ius.v8i3.828

PENDAHULUAN

Persaingan usaha selalu terjadi dalam dunia bisnis, terutama untuk berlomba menarik konsumen, pangsa pasar, atau sumber daya yang pada akhirnya tujuan akhirnya adalah memperoleh keuntungan (*profit oriented*). Persaingan dalam usaha bukan berarti selalu bermakna negatif, justru dengan persaingan para pelaku usaha dipacu untuk selalu berusaha melakukan inovasi atas produk yang mereka hasilkan sehingga dapat memberikan kepuasan bagi konsumen. Sisi lain dari persaingan bahwa bisa saja dilakukan cara-cara yang tidak sehat (persaingan usaha tidak sehat) yang pada akhirnya dapat menimbulkan permasalahan hukum. Persaingan usaha tidak sehat dapat dilakukan dengan berbagai bentuk, salah satunya dapat berasal dari tanda yang melekat pada sebuah produk tertentu[1], tanda tersebut lazim dikenal dengan merek. Bentuk persaingan tidak sehat tersebut dilakukan dengan cara mendompleng (*passing off*) atau yang memiliki persamaan secara keseluruhan ataupun persamaan pada pokoknya.[2] Pendomplengan sebagaimana tersebut menimbulkan permasalahan hukum pada sebuah merek tidak dapat dinafikkan lagi, hal ini dikarenakan sangat berpotensi terjadinya sengketa merek sebagaimana nanti penyelesaiannya baik dapat dilakukan secara litigasi maupun non litigasi.[3]

Merek dapat dimaknai sebagai tanda, baik berupa kata, huruf-huruf, nama, gambar, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut digunakan untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa milik pihak lain dalam hal kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa[4], tidak berhenti sampai di situ saja bahwa sejak diberlakukannya ketentuan *TRIPS-Plus* menimbulkan akibat berupa perluasan merek yang tidak hanya meliputi visual (gambar, nama, kata, dan sebagainya) akan tetapi juga didasarkan pada suara, tekstur dan aroma.[5] Merek sebagaimana menurut Simamora dapat memberikan manfaat bagi pelaku usaha, konsumen dan masyarakat sebagai berikut:[6] memberikan perlindungan hukum melalui hak eksklusif yang diberikan oleh negara; membantu pelaku usaha dalam mengolah pesanan dan menelusuri permasalahan yang timbul; membantu dalam melakukan segmentasi pasar (konsumen); memberikan kemungkinan menarik konsumen/pelanggan yang setia dan menguntungkan;

Mencermati manfaat merek dalam hal kegiatan perdagangan sebagaiman diuraikan di atas, maka sudah sepatutnya bagi para pelaku usaha melindungi merek mereka dengan

[1] Agung Sujatmiko dan Bambang Sugeng, *Monopoli Pada Lisensi Merek Terkenal dan Kaitannya Dengan Persaingan Usaha*, Masalah-Masalah Hukum, Vol. 42 No. 2 (2013), hlm. 227.

[2] Agung Sujatmiko, *Prinsip Hukum Penyelesaian Pelanggaran Passing Off dalam Hukum Merek*, Yuridika Vol. 25 No. 1 (2010), hlm. 52.

[3] Shelly Kurniawan, *Perbandingan Penyelesaian Sengketa Merek Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis Jo. Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa Dengan World Intellectual Property Organization Arbitration And Mediation Centre,* Dialogia Iuridica: Jurnal Hukum Bisnis dan Investasi, Vol. 11 No. 1 (2019), hlm. 98

[4] Novianti, *Implikasi Protokol Madrid Bagi Indonesia*, Negara Hukum Vo. 7 No. 2 (2016), hlm. 202

[5] Safril Sofwan Sanib*, Ketentuan-ketentuan TRIPS-Plus dalam Kerangka Perjanjian Perdagangan Bebas*, Halu Oleo Law Review, Vol. 3 No. 1 (2019), hlm. 63

[6] Bilson Simamora, 2001, *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan. Profitabel, Edisi Pertam*a, Jakarta,: Gramedia Pustaka Utama, hlm 62.

mendaftarkan mereknya ke Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, (DJKI Kemenkumham). Mengapa harus didaftarkan, karena sistem perlindungan merek dalam konsep hak kekayaan intelektual (HKI) akan diberikan setelah didaftarkan (*first to file system* atau lazim disebut sistem konstitutif)[7]. Perlindungan atas merek atau konsep HKI maupun secara yuridis secara umum ada limitasinya, salah satu batasan tersebut adalah jangka waktu perlindungannya. Bahwa jangka waktu perlindungan sebuah merek diberikan oleh negara selama kurun waktu sepuluh (10) tahun sejak tanggal penerimaan[8], sehingga jika pemilik hak atas merek tersebut tidak memperpanjang mereknya maka perlindungan hak atas merek telah berakhir pada saat itu. Secara umum perlindungan hak atas merek akan diberikan jika telah memenuhi syarat substantif maupun administratif, sehingga atas perlindungan tersebut maka pemegang atau pemilik hak atas merek dapat melarang orang lain menggunakan tanda tersebut. Secara substantif dapat dimaknai bahwa sebuah merek telah memiliki tanda, memiliki daya pembeda, dan merek tersebut benar-benar digunakan dalam kegiatan perdagangan barang danatau/jasa. Sementara syarat administratif dapat diartikan sebuah merek telah memenuhi kelengkapan administrasi pendaftaran sebuah merek. Apabila telah memenuhi kedua syarat tersebut, sebuah merek akan lahir perlindungan yang berupa hak eksklusif yang lazim dikenal dengan hak atas merek dan diterbitkan sebuah sertifikat hak atas merek oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia (DJKI Kemenkumham) dalam artian merek tersebut secara resmi sudah terdaftar[9].

Bahwa dalam hal sebuah merek sudah terdaftar, Menteri memiliki kewenangan untuk menghapus sebuah merek yang telah terdaftar. Wewenang Menteri dalam menghapus sebuah merek terdaftar dapat bersifat pasif atau aktif. Sifat pasif penghapusan merek terdaftar oleh Menteri dapat dimaknai bahwa wewenang Menteri untuk menghapus sebuah merek terdaftar karena ada permohonan dari pemilik merek sendiri atau melalui kuasanya. Sementara penghapusan merek yang telah terdaftar oleh Menteri bersifat aktif dapat dimaknai bahwa penghapusan sebuah merek terdaftar diprakarsai Menteri sendiri. Penghapusan merek sebagaimana tersebut diperkenankan karena didasarkan pada tiga alasan sebagaimana diatur pada Pasal 72 ayat (7) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 (UU Merek dan IG) antara lain: pertama, bahwa sebuah merek terdaftar telah memiliki persamaan pada pokok maupun keseluruhannya dengan Indikasi Geografis; kedua, bahwa sebuah merek terdaftar bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, ideologi negara, kesusilaan, moralitas, agama, dan ketertiban umum; Ketiga, bahwa sebuah merek yang telah terdaftar memiliki kesamaan pada

[7] Muh. Ali Masnun, *Reorientasi Pengaturan Pemberdayaan Hukum Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Melalui Hak atas Merek Kolektif*, Jurnal Wawasan Yuridika Vol. 3 No. 2 (2019), hlm. 235.
[8] Pasal 35 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis
[9] Pasal 25 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

keseluruhan dengan warisan budaya tak benda, ekspresi budaya tradisional (EBT) , atau nama atau logo yang merupakan tradisi turun temurun.

Alasan kedua penghapusan merek terdaftar salah satunya adalah adanya pertentangan dengan peraturan perundang-undangan, sehingga dengan kewenangan yang dimiliki, Menteri dapat secara aktif atas prakarsanya menghapus sebuah merek terdaftar setelah memperoleh rekomendasi dari Komisi Banding Merek dengan catatan apakah suatu merek yang terdaftar tersebut layak dihapus atau tidak[10]. Sampai dengan tulisan ini disusun, penulis belum menemukan penghapusan merek terdaftar atas prakarsa Menteri, padahal tidak menutup kemungkinan merek terdaftar bertentangan dengan peraturan perundang-undangan mengingat Indonesia sebagai negara hukum, yang memiliki relatif banyak sekali peraturan perundangan yang telah diundangkan.

Salah satu peraturan perundang-undangan tersebut adalah Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2009 Tentang Bendera, Bahasa, Dan Lambang Negara, Serta Lagu Kebangsaan (untuk selanjutnya disingkat UU Bahasa) yang dalam ketentuan Pasal 36 telah mewajibkan untuk merek dagang berbahasa Indonesia khusus yang dimiliki oleh warga negara Indonesia (WNI) atau badan hukum Indonesia. Kewajiban penggunaan bahasa Indonesia sebagaimana dalam UU Bahasa menjadi salah satu hal yang menarik, mengingat sampai dengan saat ini masih ada merek yang menggunakan bahasa asing (misal bahasa inggris) dan itu telah diberikan perlindungan oleh DJKI Kemenkumham. Beberapa contoh Merek yang menggunakan bahasa asing antara lain disajikan dalam tabel 1 di bawah ini:

Tabel 1 Identifikasi Merek Tidak Menggunakan Bahasa Indonesia

No	No Pendaftaran	Merek	Pemilik	Kebangsaan	Perlindungan	Ket
1	IDM000677145	Milk Life Farm Fresh + Cow Device	PT. Global Dairi Alami	Indonesia	2019-2029	Bhs Inggris
2	IDM000697147	Al-Qassam	NABIL	Indonesia	2019-2029	Bhs Arab
3	IDM000756470	Zen (Fine Porcelain Tableware)	PT. Indo Porce-lain	Indonesia	2019-2029	Bhs Inggris
4	IDM000731003	Browsing	Iwan Firdauz, SE	Indonesia	2019-2029	Bhs Inggris
5	IDM000314041	COFEE SOAP	PT SINAR ANTJOL	Indonesia	2010-2030	Bhs Inggris

Sumber: www.dgip.go.id

Berdasarkan tabel.1 dapat kita lihat bahwa masih terdapat merek-merek terdaftar yang tidak menggunakan bahasa Indonesia yang diberikan perlindungan dengan pemberian sertifikat merek sebagaimana merek merupakan salah satu jenis HKI termasuk *intangible asset* (aset yang tidak berwujud) yang mempuyai nilai ekonomi (*economic value*)

[10] Humas Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, *Workshop Implementasi Penghapusan Merek Terdaftatar Atas Prakarsa Menteri*, https://www.dgip.go.id/workshop-implementasi-pengahpusan-merek-terdaftar-atas-prakar-sa-menteri, diakses pada 9 September 2020

dan juga memberikan manfaat bagi pemegang dan pemilik hak atas merek tersebut.[11] Tabel 1 sebagaimana tersebut baru sebatas beberapa saja, tentu jika diidentifikasi dan diinventarisir secara komprehensif sangat mungkin akan ada banyak sekali merek yang tidak atau belum menggunakan bahasa Indonesia, tetapi justru menggunakan bahasa asing (bahasa inggris dan bahasa arab). Penggunaan bahasa asing pada merek tentu hal yang tidak diperbolehkan/dilarang, sehingga Menteri dengan kewenangannya secara aktif dapat menghapuskan sebuah merek terdaftar yang bertentangan dengan peraturan perundang-undangan. Maka penulis merapa penting untuk mengelaborasi, menganalisis bagaimana penghapusan merek terdaftar atas prakarsa Menteri karena bertentangan dengan peraturan perundang-undangan?

Penelitian sejenis telah dilakukan antara lain oleh Sudjana[12], yang lebih memfokuskan terkait penentuan kriteria penghapusan dan pembatalan merek terdaftar. Adapun hasil dari penelitian tersebut bahwa penghapusan merek tidak digunakan (*non use*) dalam perdagangan barang dan/atau jasa sejak tanggal pendaftaran atau pemakaian terakhir pada kurun waktu tertentu, adanya itikad tidak baik dari pemilik merek terdaftar yang menggunakan mereknya tidak sesuai dengan pendaftarannya, pengajuan keberatan ke Peradilan Tata Usaha Negara. Penelitian lain dilakukan oleh Winna Maria Welas Asih[13] yang kajiannya lebih menitikberatkan pada aspek tolok ukur merek terdaftar yang bertentangan dengan moralitas agama baik dari segi peraturan perundang-undangan dan dari segi putusan pengadilan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa merek yang telah terdaftar dan memiliki sertifikat atas merek oleh Direktorat Jendral HKI masih bisa dilakukannya penghapusan dan pembatalan. Merek terdaftar dapat dilakukan penghapusan yang dilakukan oleh pemilik merek, pihak ketiga, ataupun atas dasar prakarsa Direktorat Jendral KI dan atas dasar prakarsa Menteri.

Riset terkait penghapusan merek telah dilakukan juga oleh Rahmadia Maudi,[14] dengan menggunakan pendekatan kasus pada hak merek dagang ikea. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa merek IKEA milik PT Inter IKEA System BV Swedia dinyatakan telah dihapus setelah Mahkamah Agung RI mengeluarkan Putusan Nomor 264/K/PDT.Sus-HKI/2015. Riset lain terkait aspek penghapusan merek dilakukan oleh Zainal Arifin[15], dengan temuan bahwa terdaftarnya merek dapat berakhir karena berakhirnya masa berlakunya merek, penghapusan merek karena permintaan sendiri dari pemilik merek, penghapusan merek terdaftar atas prakarsa dari Menteri setelah

[11] Muh. Ali Masnun, *Menggagas Perlindungan Hukum Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Atas Hak Desain Industri Di Indonesia,* Dialogia Iuridica: Jurnal Hukum Bisnis dan Investasi Vol. 11 No 2 (2020), hlm. 18

[12] Sudjana, *Akibat Hukum Penghapusan Dan Pembatalan Merek Terdaftar Terhadap Hak atas Merek,* Res Nullius Law Journal, Vol. 2 No. 2 (2020), hlm. 1

[13] Winna Maria Welas Asih, (2018), *Penghapusan Merek Terdaftar yang Bertentangan dengan Moralitas Agama di Indonesia,* Skripsi,Universitas Islam Indonesia, hlm.114

[14] Rahmadia Maudy Putri Karina,*Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Merek Dagang Ikea Atas Penghapusan Merek Dagang, Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, Vol 1, No 2, (2019), hlm. 194

[15] Zaenal Arifin, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek Yang Terdaftar*, Jurnal Ius Constituendum, Vol. 5, No. 1, (2020), hlm. 47

mendapatkan rekomendasi dari Komisi Banding Merek, dan penghapusan merek karena adanya gugatan dari pihak ketiga.

Penelitian ini bertujuan untuk mengelaborasi, menganalisis terkait penghapusan merek terdaftar atas prakarsa Menteri karena bertentangan dengan peraturan perundang-undangan khususnya terkait dengan kewajiban penggunaan bahasa Indonesia yang belum dikaji oleh para peneliti sebelumnya. Penelitian ini dielaborasi dengan menggunakna metode penelitian hukum doktrinal atau juga disebut penelitian normatif yang acapkali hukum dikonsepkan sebagai apa yang tertulis dalam peraturan perundang-undangan (*law in books*).[16] Data yang digunakan berupa data sekunder yang terdiri atas bahan hukum primer maupun bahan hukum sekunder. Adapun bahan hukum primer berupa bahan yang sifatnya autoritatif, yakni berupa peraturan perundang-undangan khususnya UU Merek dan IG serta UU Bahasa. Penjelasan atas bahan hukum primer akan didukung dengan bahan hukum sekunder berupa buku, jurnal, maupun prosiding. Adapun dalam hal menunjang dalam menganalisis digunakan beberapa pendekatan, antara lain perundang-undangan (*statute approach*), konseptual (*conceptual approach*), dan sejarah (*historical approach*).

PEMBAHASAN

Unsur yang sangat penting dalam sebuah kebudayaan salah satunya adalah Bahasa. Bahasa sebagai bentuk interaksi atau komunikasi masyarakat itu sendiri, sehingga dengan menggunakan bahasa yang dipahami satu dengan yang lain akan membentuk sebuah interaksi atau komunikasi yang baik. Indonesia sebagai salah satu negara dengan jumlah bahasa yang dimiliki relatif banyak dibandingkan negara-negara lain. Hal tersebut merupakan konsekuensi dari Indonesia sebagai negara yang terdiri dari pulau-pulau tersebar dari sabang sampai merauke, dari miangas hingga rote (negara kepulauan). Hal tersebut dibuktikan sebanyak 771 bahasa daerah dari 7 (tujuh) Pulau di Indonesia sebagaimana berikut rincian jumlahnya :[17]

Tabel 2 Ragam Bahasa di Indonesia

No.	Pulau	Jumlah Bahasa
1.	Sumatera	49
2.	Jawa	17
3.	Kalimantan	74
4.	Nusa Tenggara	73
5.	Sulawesi	114
6.	Maluku	128
7.	Papua	256
	Jumlah	**771**

Sumber: Collins, 2014

[16] Amiruddin dan Zainal Asikin, (2016), *Pengantar Metode Penelitian Hukum,* Jakarta, Rajawali Pers, hlm. 118

[17] James T. Collins, *Keragaman Bahasa dan Kesepakatan Masyarakat: Pluralitas dan Komunikasi*, Jurnal Dialektika Vol. 1 No. 2 (2014), hlm. 157.

Berdasarkan tabel 2 maka tampak bahwa jumlah yang relatif banyak tersebut tentu menjadi salah satu bentuk bagaimana Indonesia sebagai negara besar perlu secara terus menerus mempertahankan identitas masing-masing daerah tanpa harus merasa yang paling baik di antara yang lain. Indonesia sebagai negara memiliki bahasa resmi yakni bahasa Indonesia sejak diikrarkannya Sumpah Pemuda tahun 1928 yang salah satunya telah mengikrarkan menjunjung bahasa persatuan bahasa Indonesia, yang mana hal tersebut sebagai bentuk identitas dan menumbuhkan rasa nasionalisme. Urgensi dari bahasa itu sendiri, sehingga telah diakomodir dalam Pasal 36 UUD NRI 1945, yang selanjutnya lebih spesifik diatur dalam UU Bahasa. Berdasarkan ketentuan dalam UU Bahasa, bahwa penggunaan bahasa Indonesia salah satunya adalah wajib digunakan pada tanda yang melekat pada sebuah barang atau jasa atau yang lazim dikenal dengan merek (khusus yang dimiliki WNI atau Badan Hukum Indonesia). Salah satu peraturan pelaksana UU Bahasa adalah Peraturan Presiden Nomor 63 Tahun 2019 tentang Penggunaan Bahasa Indonesia (selanjutnya disingkat Perpres Bahasa Indonesia). Lahirnya Perpres Bahasa Indonesia pada dasarnya menurut pandangan penulis sudah cacat dari sisi kapan (*tempus*) dikeluarkan aturan tersebut, hal ini dikarenakan pada ketentuan peralihan telah mengamanahkan segera diatur paling lama 2 (dua) tahun sejak UU Bahasa diundangkan, namun faktanya setelah 10 (sepuluh) tahun Perpres Bahasa Indonesia baru bisa diundangkan.

Terlepas dari hal tersebut, bahwa kewajiban penggunaan bahasa Indonesia pada merek dagang sebagaimana telah diatur pada Pasal 36 UU Bahasa serta Pasal 35 Perpres Bahasa Indonesia menarik untuk dicermati, khususnya ketentuan kewajiban penggunaan bahasa Indonesia pada merek dagang. Bila ketentuan tersebut secara konsekuen benar-benar diimplementasikan, maka merek-merek yang didaftar oleh WNI atau badan hukum Indonesia wajib berbahasa Indonesia. Faktanya, sampai saat ini masih ada merek terdaftar yang menggunakan bahasa asing sebagaimana contoh tersaji pada tabel 1, seharusnya merek tersebut tidak dapat diberikan perlindungan karena bertentangan dengan peraturan perundang-undangan (lihat Pasal 20 UU Merek dan IG). Lebih lanjut Menteri dengan kewenangannnya dapat menghapuskan merek terdaftar bila bertentangan dengan peraturan perundang-undangan. Lebih detail analisis atas ketentuan pengaturan tersebut tertuang pada beberapa aspek analisis antara laint:

Pertama aspek klasifikasi merek, bahwa Dinamika pengklasifikasian merek di Indonesia paling tidak didasarkan pada ketentuan peraturan perundang-undangan. UU Merek pertama kali hanya mengklasifikasikan merek dagang (merek yang hanya digunakan untuk barang) melalui UU Nomor 21 Tahun 1961, pasca UU tersebut dicabut klasifikasi merek perngalami perubahan menjadi merek dagang dan merek jasa sebagaimana diatur UU Merek 2001 dan UU Merek 2016 (lihat ketentuan umum angka 2 dan 3). Merek dagang merupakan tanda yang digunakan pada barang, sedangkan merek jasa adalah tanda yang digunakan pada jasa. Ketentuan kewajiban penggunaan bahasa

Indonesia dalam UU Bahasa dan Perpres Bahasa Indonesia lebih spesifik hanya pada merek dagang saja, yang kemudian memunculkan pertanyaan apa benar hanya merek dagang saja ? Mengapa merek jasa tidak ? Atau konsep merek dagang sebagaimana dimaksud adalah mencakup merek untuk barang maupun jasa dalam UU Merek ?

Pertanyaan mendasar tersebut perlu sebuah jawaban agar kewajiban penggunaan bahasa Indonesia untuk merek jelas. Ketentuan berkaitan dengan kewajiban penggunaan bahasa Indonesia tidak diuraikan lebih lanjut dalam pasal lain maupun dalam penjelasan, hanya saja jika bersandar pada UU Merek 2016 maka dapat dimaknai hanya diberlakukan pada merek barang sedangkan merek jasa tidak. Jika semangat dari UU Bahasa benar adanya maka menurut pandangan penulis tentu penghapusan merek terdaftar atas prakarasa Menteri hanya bisa diberlakukan khusus untuk merek dagang saja, sedangkan untuk merek jasa tidak bisa diberlakukan.

Atas dasar hal tersebut, penulis punya pandangan bahwa UU Bahasa masih terdapat ketidakjelasan dari ketentuan mengenai pengaturan kewajiban penggunaan bahasa Indonesia yang hanya diperuntukkan pada merek dagang, hal tersebut memicu pertanyaan yang sama sebelumnya, apakah pengaturan kewajiban penggunaan bahasa Indonesia juga dapat diberlakukan pada merek jasa? Bila kita gunakan interpretasi sistematis, maka hal tersebut tidak bisa kita gunakan secara keseluruhan. Atas problematika formulasi kewajiban penggunaan bahasa Indonesia dapat ditelaah lebih lanjut.

Kedua, aspek konsep HKI bahwa berbicara HKI maka itu tidak bisa dilepaskan begitu saja dengan yang namanya kreativitas. Esensi utama perlindungan HKI pada dasarnya adalah kreativitas dan penghargaan (dapat menghargai karya orang lain). Sementara sistem perlindungan HKI sebagaimana diatur dalam instrumen hukum (peraturan perundang-undangan) hanyalah sistem yang berkembang yang dilandasi oleh hal tersebut namun kemudian dikaitkan dengan sistem ekonomi dan perdagangan internasional[18]. kreativitas itu sendiri merupakan aktivitas (kegiaatan) kognitif atau proses berpikir (rasio) untuk menghasilkan sebuah gagasan-gagasan brilian yang baru dan berguna (*new ideas and useful*).[19] Seorang kreator dalam membuat suatu tanda yang akan digunakan sebagai merek, apabila juga dibatasi pula kreativitasnya maka tanda yang harus memiliki daya pembeda akan sulit untuk memenuhi suatu persyaratan dalam UU Merek, yakni harus terdapat daya pembeda.

Batasan dengan kewajiban untuk menggunakan bahasa Indonesia dalam merek sebagaimana telah diatur dalam UU Bahasa serta Perpres Bahasa Indonesia menurut pandangan penulis tentu akan membatasi kreativitas, sehingga tanda yang akan sangat mungkin tidak memiliki daya pembeda dan sangat berpotensi besar ditolak ketika dilakukan pemeriksaan substantif saat proses pendaftaran di DJKI sederhananya kedua

[18] Krisnani Setyowati et.al, (tidak ada tahun terbit), *Hak Kekayaan Intelektual Dan Tantangan Implementasinya Di Perguruan Tinggi*, Bogor: Kantor HKI-IPB, hlm. 73

[19] Suharnan, 2005, *Psikologi Kognitif*, Surabaya: Srikandi, hlm. 54

peraturan perundang-undangan tersebut (UU Bahasa dan Perpes Bahasa Indonesia) merupakan aturan yang sifatnya membatasi kreativitas seseorang, khususnya dalam mengembangkan kekayaan intelektual dalam menghasilkan merek yang memiliki unsur pembeda yang harus dipenuhi. Mengapa demikian, karena kreativitas juga dipengaruhi beberapa faktor diantaranya adalah lingkungan sosial yang dalam hal ini dapat diartikan ada atau tidak adanya tekanan-tekanan dari lingkungan sosial seperti pengawasan, penilaian maupun pembatasan-pembatasan dari pihak luar. Pembatasan dari pihak luar sebagaimana telah diatur dalam UU Bahasa dan Perpres Bahasa Indonesia menurut hemat penulis bentuk dari lingkungan sosial yang mempengaruhi kreativitas.

Ketiga, aspek konsep merek yang dapat diuraikan bahwa pengaturan kewajiban penggunaan bahasa Indonesai juga masih relatif lemah bila dikaitkan dengan konsep merek. Secara umum konsep merek dapat dielaborasi dari definisi yang tertuang dalam UU Merek dan IG, yang mana unsur-unsurnya sejalan dengan terminologi yang digunakan oeh Rahmi Jened yakni elemen merek[20], terdiri atas tanda, memiliki daya pembeda (*distinctiveness*), dan tanda tersebut digunakan dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa. Dalam hal kaitanya dengan penggunaan bahasa Indonesia, maka menurut pandangan penulis termasuk pada unsur pertama yakni tanda, tanda tersebut dapat berupa banyak hal yang mana yang langsung berkaitan dengan konteks permasalah ini adalah tanda yang mengggunakan kata atau huruf. Kata atau huruf tersebut tidak dibatasi apakah harus menggunakan kata atau huruf bahasa Indonesia atau bahasa asing, sehingga ketentuan dalam UU Merek dan IG tersebut sangat terbuka dan tidak dilarang bila menggunakan bahasa asing sekalipun.

Kewajiban penggunaan Bahasa Indonesia pada merek dagang sebagaimana diatur dalam UU Bahasa menurut pandangan penulis bertentangan dengan UU Merek dan IG. Hal tersebut didasarkan pada aturan yang mempersempit makna tanda sebagaimana diatur dalam UU Merek dan IG yang memberikan ruang secara terbuka tidak hanya bahasa Indonesia. Berdasarkan hal tersebut, maka peraturan yang mana yang seharusnya diterapkan, maka perlu menggunakan asas preferensi yakni *lex specialis derogate legi generalis.*

Berdasarkan konsideran pada UU Bahasa bahwa lahirnya UU ini dilatarbelakangi karena bendera, bahasa, dan lambang negara, serta lagu kebangsaan Indonesia merupakan sebuah identitas, sarana pemersatu, dan wujud eksistensi bangsa yang menjadi simbol kedaulatan dan kehormatan negara dan manifestasi kebudayaan yang berakar dan memiliki nilai sejarah perjuangan bangsa. Sedangkan UU Merek 2016, dilatarbelakangi karena era perdagangan global, ratifikasi konvensi internasional, dan memberi kepastian hukum bagi dunia industri.

Atas dasar hal tersebut maka menurut pandangan penulis bahwa UU Merek dan IG lebih spesifik dari pada UU Bahasa, termasuk dalam batasan dalam merek. Sehingga

[20] Rahmi Jened, 2017, *Op. Cit* , hlm. 60

dapat disimpulkan mengacu pada asas *lex specialis derogate legi generalis* maka UU Merek 2016 dapat mengesampingkan ketentuan kewajiban penggunaan bahasa Indonesia pada merek sebagaimana diatur dalam UU Bendera dan Bahasa.

Keempat, konsep penghapusan merek bahwa Penulis menelaah secara historis peraturan perundang-undangan yang mengatur mengenai hukum merek, sebagaimana dalam artikel ini yang disoroti adalah UU Merek yang diundangkan untuk pertama kali dengan UU No. 21 Tahun 1961, yang kemudian diganti dengan UU No. 19 Tahun 1992 (diubah dengan UU No. 14 Tahun 1997), setelah itu diganti dan memasuki era UU No. 15 Tahun 2001, dan bahkan sampai dengan diundangkannya UU No. 20 Tahun 2016, konsep mengenai penghapusan merek secara yuridis sama sekali belum diatur dalam keempat UU tersebut. Artinya pembentuk undang-undang belum menyadari sepenuhnya bahwa pentingnya mengatur suatu konsep hukum agar tidak menimbulkan multiinterpretasi dan kekosongan hukum (*recht vacuum*).

Hal tersebut mendorong otoritas negara yang memiliki kewenangan menfasilitasi dalam hal pengurusan pendaftaran HKI dan kalangan sarjana untuk memberikan definisi mengenai penghapusan merek. DJKI mengartikan bahwa penghapusan merek adalah suatu tindakan yang diperuntukkan guna melakukan pencoretan terhadap sebagian jenis barang atau jasa yang telah terdaftar dalam Daftar Umum Merek.[21] Lain halnya dengan Rahmi Jened, penghapusan merek diartikan sebagai suatu upaya untuk menghilangkan eksistensi dan kepemilikan berupa kekuatan hukum pendaftaran merek manakala penggunaan merek tersebut tidak sesuai tujuan pemeberian hak atas merek oleh negara.[22]

Lalu apa perbedaan antara konsep penghapusan merek dengan konsep pembatalan merek? Pasalnya dalam UU Merek dan IG dengan memperhatikan sisi historisitas pada 3 (tiga) UU Merek sebelumnya (*vide* UU No.19 Tahun 1992, UU No. 14 Tahun 1997, dan UU No. 15 Tahun 2001), penghapusan dan pembatalan pendaftaran merek oleh legislator dijadikan dalam satu bab. Setelah mencermati hal yang sama dengan konsep penghapusan merek dalam keempat UU Merek secara historis, rupa-rupanya pembentuk undang-undang juga tidak memberikan makna atau definisi secara tegas mengenai pembatalan merek.

Rahmi Jened berpendapat bahwa pembatalan suatu merek terdaftar atau proses pendaftaran adalah suatu mekanisme (prosedur) yang dapat ditempuh oleh para pihak guna mencari dan menghilangkan eksistensi pendaftaran suatu merek dari Daftar Umum Merek (DUM) atau membatalkan keabsahan hak atas merek berdasarkan sertifikat merek yang telah dikeluarkan DJKI Kemenkumham.[23] Pada umumnya salah satu pihak

[21] Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, 2019, *Modul Kekayaan Intelektual Bidang Merek dan Indikasi Geografis*, Jakarta: Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, hlm. 52

[22] Rahmi Jened, 2017, *Hukum Merek (Trademark Law) Dalam Era Global & Integrasi Ekonomi*, Jakarta: Kencana, hlm. 303-310

[23] *Op.Cit*, hlm. 291

merasa dan percaya telah dirugikan atas pendaftaran merek tersebut, sehingga pihak yang yang merasa dirugikan dapat mengajukan gugatan pembatalan terhadap merek yang terdaftar.

Kelima, formulasi kewenangan penghapusan merek terdaftar atas prakarsa menteri bahwa Berdasarkan sisi historisitas, bahwa pengaturan kewenangan Menteri dalam hal penghapusan merek terdaftar yang bertentangan dengan peraturan perundang-undangan pada dasarnya baru ada ketika diundangkan UU Merek dan IG tahun 2016. Pengaturan pada UU Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek (selanjutnya disingkat UU Merek 2001) belum sampai memberikan kewenangan Menteri atas prakarsanya untuk dapat menghapus merek terdaftar, melainkan masih sebatas menghapus merek terdaftar karena merek tersebut tidak digunakan sama sekalai dalam kurun waktu selama 3 tahun berturut-turut dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa serta merek tersebut tidak digunakan sesuai jenis/kelas barang dan/atau jasa saat didaftarkan serta dalam ketentuan UU A *Quo,* kewenangan penghapusan merek yang telah terdaftar dimiliki oleh DJKI secara *ex-officio* melainkan bukan Menteri Hukum dan HAM RI (yang sekarang otoritas tersebut berganti nama DJKI) (lihat Pasal 61 UU Merek 2001).

Ketentuan pada UU Nomor 14 Tahun 1997 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 Tentang Merek (selanjutnya disingkat UU Merek 1997) juga belum memberikan kewenangan Menteri untuk melakukan penghapusan merek terdaftar dengan alasan bertentangan dengan peraturan perundang-undangan (lihat Pasal 51 UU Merek 1997), atas dasar hal tersebut, penghapusan merek terdaftar atas prakarsa Menteri sebagaimana diatur pada Pasal 72 UU Merek dan IG merupakan kewenangan baru.

Sebagai salah satu kewenangan baru yang melekat kepada Menteri, sampai dengan tulisan ini selesai disusun penulis belum menemukan Menteri atas prakarsanya sendiri menghapus merek terdaftar. Padahal relatif masih banyak Merek terdaftar yang tidak menggunakan bahasa Indonesia. Apa kemudian merek terdaftar tersebut tetap dilindungi atau seharusnya Menteri dengan kewenangannya secara proaktif melakukan penghapusan merek dengan alasan bertentangan dengan peraturan perundang-undangan.

Ketentuan Pasal 72 ayat (7) UU Merek dan IG menegaskan bahwa "Penghapusan Merek terdaftar atas prakarsa Menteri dapat dilakukan jika:

a. …..
b. bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan, dan ketertiban umum; atau
c. …..

Berdasarkan formulasi tersebut, maka kata "dapat" bisa dimaknai yang sifatnya opsional (tidak tegas). Artinya Menteri dapat menghapus merek terdaftar ataupun tidak menghapus merek terdaftar bila bertentangan dengan peraturan perundang-undangan.

Penulis dalam hal ini pula mencermati frasa pada petentuan *A Quo* "bertentangan dengan,peraturan perundang-undangan,…," berdasarkan interpretasi historis dengan memperhatikan Naskah Akademik Rancangan UU Merek Tahun 2008 bermakna bahwa merek yang dimaksud berpotensi (karena pemaknaan kata "dapat" yang berarti aturan tersebut sifatnya pilihan karena bisa dihapus maupun tidak) dihapus sebagai implikasi karena bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, misal: merek tersebut bertentangan dengan Undang-Undang Pangan, Undang-Undang Kesehatan, dan sebagainya.[24] Sebuah merek terdaftar dapat dihapus ataupun tidak dihapus oleh Menteri bila bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, belum ada jawaban atas pertanyaan tersebut, sehingga perlu dilakukan upaya penemuan hukum (*rechtvinding*) yang akhirnya ketentuan penghapusan merek terdaftar atas prakarsa Menteri dapat diimplementasikan.

Hal lain yang memperkuat argumentasi tersebut adalah bahwa pengundangan UU Bahasa telah secara resmi diberlakukan sejak 11 tahun yang lalu, artinya kurun waktu tersebut semestinya ketentuan kewajiban penggunaan bahasa Indonesia pada merek sudah diimplementasikan. Sementara Perpres Bahasa Indonesia tersebut tidak jauh beda, karena sifatnya lebih pada memberikan penegasan pada beberapa hal saja. Bagaimana dengan implementasinya, implementasi dalam konteks ini penulis menganalisis dengan melihat beberapa merek yang telah terdaftar setelah diundangkannya UU Bahasa. Merek yang telah terdaftar telah melalui proses administrasi sebagaimana diatur dalam UU Merek dan IG baik pemeriksaan formalitas (administratif) maupun substantif.

Sementara kewenangan penghapusan atas merek terdaftar atas prakarsa Menteri baru ada setelah diundangkan UU Merek dan IG tahun 2016, bila benar kewenangan tersebut benar-benar diimplementasikan tentu akan banyak sekali menambah pekerjaan Menteri dan juga DJKI khususnya adalah Komisi Banding Merek yang nantinya akan memberikan rekomendasi ke Menteri apakah sebuah merek tersebut layak untuk dihapuskan atau tidak.

Atas dasar hal tersebut maka upaya lain yang bisa diusahakan atas permasalahan tersebut adalah dengan melakukan pencegahan atau lazim dikenal upaya preventif. Upaya preventif dapat dimaknai usaha yang dilakukan untuk mencegah atau mengantisipasi adanya merek yang dilindungi dengan menggunakan bahasa Indonesia. Merek yang menggunakan bahasa asing seharusnya tidak sampai lolos tahap pemeriksaan formalitas atau bahkan pemeriksaan substantif. Hal tersebut juga diperkuat pada Pasal 20 UU Merek dan IG yang dinyatakan secara tegas bahwa Merek tidak dapat didaftar jika merek tersebut bertentangan dengan peraturan perundang-undangan.

Dengan demikian, seharusnya pemeriksa Merek sebagai pejabat fungsional yang karena keahliannya sudah tidak meloloskan merek yang menggunakan bahasa asing. Bila

[24] Badan Pembinaan Hukum Nasional, 2008, *Laporan Akhir Naskah Akademuk Peraturan Perundang-Undangan Rancangan Undang-Undang Tentang Merek*, Jakarta: BPHN, hlm. 29

sampai merek yang menggunakan bahasa asing tetap diloloskan maka hal tersebut salah satu bentuk maladministrasi dan tidak melaksanakan asas-asas umum pemerintahan yang baik, khususnya asas kecermatan, bahwa sebuah tindakan administrasi pemerintahan harus didasarkan pada dokumen dan informasi yang lengkap dan dipersiapkan dengan cermat sebelum keputusan atau tindakan adminsitrasi pemerintahan ditetapkan. Berdasarkan hal tersebut asas kecermatan menjadi hal yang krusial dan sudah tentu perlu menjadi rambu-rambu bagi pemeriksa merek untuk berhati-hati dalam meloloskan pemeriksaan formalitas maupun substantifnya.

Tabel 3 Analisis Penghapusan Merek Terdaftar Atas Prakarsa Menteri Karena Alasan Bertentangan dengan Peraturan Perundang-Undangan

No	Aspek Analisis	Penjelasan
1	Klasifikasi Merek	Klasifikasi merek terdiri atas merek dagang dan merek jasa. Merek dagang merupakan tanda yang digunakan pada barang, sedangkan merek jasa adalah tanda yang digunakan pada jasa. Ketentuan kewajiban penggunaan bahasa Indonesia dalam UU Bahasa dan Perpres Bahasa Indonesia lebih spesifik hanya pada merek dagang saja, yang kemudian memunculkan pertanyaan apa benar hanya merek dagang saja dan belum memasukkan merek jasa.
2.	Konsep HKI	Bahwa berbicara HKI maka itu tidak bisa dilepaskan begitu saja dengan yang namanya kreativitas. Seorang kreator dalam membuat suatu tanda yang akan digunakan sebagai merek, apabila juga dibatasi pula kreativitasnya maka tanda yang harus memiliki daya pembeda akan sulit untuk memenuhi suatu persyaratan dalam UU Merek, yakni harus terdapat daya pembeda. Batasan dengan kewajiban untuk menggunakan bahasa Indonesia dalam merek sebagaimana telah diatur dalam UU Bahasa serta Perpres Bahasa Indonesia menurut pandangan penulis tentu akan membatasi kreativitas,
3.	Konsep Merek	UU Merek dan IG lebih spesifik dari pada UU Bahasa, termasuk dalam batasan dalam merek. Sehingga dapat disimpulkan mengacu pada asas *lex specialis derogate legi generalis.*
4.	Konsep Penghapusan Merek	UU Merek dan IG dengan memperhatikan sisi historisitas pada 3 (tiga) UU Merek sebelumnya (*vide* UU No.19 Tahun 1992, UU No. 14 Tahun 1997, dan UU No. 15 Tahun 2001), penghapusan dan pembatalan pendaftaran merek oleh legislator dijadikan dalam satu bab. Setelah mencermati hal yang sama dengan konsep penghapusan merek dalam keempat UU Merek secara historis, rupa-rupanya pembentuk undang-undang juga tidak memberikan makna atau definisi secara tegas mengenai pembatalan merek.

5.	Formulasi Kewenangan Penghapusan Merek Terdaftar atas Prakarsa Menteri	Pengaturan kewenangan Menteri dalam hal penghapusan merek terdaftar yang bertentangan dengan peraturan perundang-undangan pada dasarnya baru ada ketika diundangkan UU Merek dan IG tahun 2016 dan sebelumnya belum ada. Ketentuan Pasal 72 ayat (7) UU Merek dan IG menegaskan bahwa "Penghapusan Merek terdaftar atas prakarsa Menteri dapat dilakukan jika…..Berdasarkan formulasi tersebut, maka kata "dapat" bisa dimaknai yang sifatnya opsional (tidak tegas). Artinya Menteri dapat menghapus merek terdaftar ataupun tidak menghapus merek terdaftar bila bertentangan dengan peraturan perundang-undangan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa dalam ketentuan kewajiban penggunaan bahasa Indonesia sebagaimana diatur dalam UU Bahasa dan Perpres Bahasa Indonesia, Menteri atas prakarsanya belum dapat melaksanakan penghapusan merek yang menggunakan bahasa asing dengan beberapa alasan, antara lain dari sisi klasifikasi merek, konsep HKI dan kreativitas, konsep merek, konsep penghapusan dan pembatalan merek dan formulasi kewenangan penghapusan merek terdaftar atas prakarsa menteri.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Amiruddin et.al, (2016), *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Rajawali Pers, Jakarta.

Asih, Winna Maria Welas, (2018), *Penghapusan Merek Terdaftar yang Bertentangan dengan Moralitas Agama di Indonesia*, Skripsi, Universitas Islam Indonesia

Bilson Simamora, (2001), *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan. Profitabel, Edisi Pertam*a, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, (2019), *Modul Kekayaan Intelektual Bidang Merek dan Indikasi Geografis*, Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, Jakarta.

Jened, Rahmi, (2017), *Hukum Merek (Trademark Law) Dalam Era Global & Integrasi Ekonomi*, Kencana, Jakarta.

Setyowati, Krisnani et.al, (tidak ada tahun terbit), *Hak Kekayaan Intelektual Dan Tantangan Implementasinya Di Perguruan Tinggi*, Kantor HKI-IPB, Bogor.

Suharnan, (2005), *Psikologi Kognitif*, Srikandi. Surabaya.

Jurnal

Arifin, Zaenal, (2020), *Perlindungan Hukum Terhadap Merek Yang Terdaftar, Jurnal Ius Constituendum*, Vol. 5, No. 1

Collins, J., T., (2014), *Keragaman Bahasa dan Kesepakatan Masyarakat: Pluralitas dan Komunikasi*, Jurnal Dialektika Vol. 1 No. 2

Karina, R M P, (2019), *Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Merek Dagang Ikea Atas Penghapusan Merek Dagang,* Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia, Vol 1, No. 2

Kurniawan, Shelly, (2019), *Perbandingan Penyelesaian Sengketa Merek Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis Jo. Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa Dengan World Intellectual Property Organization Arbitration And Mediation Centre,* Dialogia Iuridica: Jurnal Hukum Bisnis dan Investasi, Vol. 11 No. 1.

Masnun, M. A., (2019), *Reorientasi Pengaturan Pemberdayaan Hukum Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Melalui Hak atas Merek Kolektif,* Jurnal Wawasan Yuridika Vol. 3 No. 2.

_____, (2020), *Menggagas Perlindungan Hukum Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Atas Hak Desain Industri Di Indonesia,* Dialogia Iuridica: Jurnal Hukum Bisnis dan Investasi Vol. 11 No. 2

Novianti, (2016) *Implikasi Protokol Madrid Bagi Indonesia*, Negara Hukum Vo. 7 No. 2.

Sanib, S. S., (2019), *Ketentuan-ketentuan TRIPS-Plus dalam Kerangka Perjanjian Perdagangan Bebas*, Halu Oleo Law Review, Vol. 3 No. 1

Sudjana, (2020), *Akibat Hukum Penghapusan Dan Pembatalan Merek Terdaftar Terhadap Hak atas Merek*, Res Nullius Law Journal, Vol. 2 No. 2

Sujatmiko, Agung, (2010) *Prinsip Hukum Penyelesaian Pelanggaran Passing Off dalam Hukum Merek*, Yuridika Vol. 25 No. 1.

_____, dan Sugeng, Bambang, (2013), *Monopoli Pada Lisensi Merek Terkenal dan Kaitannya Dengan Persaingan Usaha*, Masalah-Masalah Hukum, Vol. 42 No. 2.

Website

https://www.dgip.go.id/workshop-implementasi-pengahpusan-merek-terdaftar-atas-prakarsa-menteri, diakses pada 9 September 2020 Pukul 19.35 WIB

Laporan

Badan Pembinaan Hukum Nasional, (2008), *Laporan Akhir Naskah Akademik Peraturan Perundang-Undangan Rancangan Undang-Undang tentang Merek*, BPHN, Jakarta.

Peraturan Perundang-Undangan

Indonesia, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 1961 tentang Merek Perusahaan dan Merek Perniagaan. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1961 No. 290, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1961 No. 2341.

Indonesia, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek, Lembaran Republik Indonesia Tahun 1992 No. 81, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia 1992 No. 3490.

Indonesia, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 1997 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek, Lembaran Republik Indonesia Tahun 1997 No. 31, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1997 No. 3681.

Indonesia, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, Lembaran Republik Indonesia Tahun 2001 No. 110, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia No. 4131.

Indonesia, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, Dan Lambang Negara, Serta Lagu Kebangsaan, Lembaran Republik Indonesia Tahun 2009 No. 109, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia No. 5035.

Indonesia, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Lembaran Republik Indonesia Tahun 2016 No. 252, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia No. 5953.

Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 63 Tahun 2019 tentang Penggunaan Bahasa Indonesia, Lembaran Republik Indonesia Tahun 2019 No. 180.