

Asas Itikad Baik dalam Upaya Pelindungan Merek Atas Tindak Perundungan Merek Dagang Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis

Akram Komaldi¹, Ranti Fauza Mayana², Rika Ratna Permata³

^{1,2,3}Fakultas Hukum, Universitas Padjadjaran

*Corresponding Author e-mail: akram20001@mail.unpad.ac.id

Abstrak: Merek merupakan tanda dan ciri-ciri yang melekat kepada barang dan jasa. Sebagai suatu bagian dari kekayaan intelektual, pemilik dari merek dagang mendapatkan hak eksklusif untuk melindungi merek dagangnya. Pelindungan yang diberikan terhadap merek dagang perlu dan layak untuk diimbangi dengan penggunaan asas itikad yang baik didalamnya. Pemerintah telah melindungi merek sebagai bagian dari kekayaan intelektual berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, meskipun tantangan tetap ada seperti adanya tindak perundungan merek dagang. Perundungan merek dagang sudah cukup umum terjadi di Indonesia, namun belum ada pengaturan yang jelas untuk memberikan pelindungan kepada pegiat usaha dalam menghindari terjadinya tindak perundungan merek dagang. Metode penelitian yang digunakan adalah menggunakan pendekatan secara yuridis normatif dengan penggunaan studi dokumen atau bahan pustaka yang menggunakan data sekunder yang berupa bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berlakunya Undang-Undang Merek di Indonesia belum cukup melindungi pemilik merek dagang dari adanya praktik perundungan merek dagang, baik untuk pengusaha besar maupun terutama UMKM. Selain itu, hukum positif yang berlaku di Indonesia masih perlu mengatur secara lebih jelas terkait tindak perundungan merek dagang, dimulai dari kriteria dan indikator yang rasional serta implementasi asas itikad baik dalam pelindungan merek dagang.

Article History

Received September 02, 2024

Revised September 09, 2024

Accepted 12 September 2024

Available online 24 Sept. 2024

Keywords :

Merek, Perundungan Merek Dagang, Itikad Baik

<https://doi.org/10.5281/zenodo.13834223>

This is an open-access article under the [CC-BY-SA License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).



Pendahuluan

Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa. Merek sebagai suatu bagian dari HKI tentunya tidak bisa dilepaskan dari usaha dagang ataupun jasa, baik dalam lingkup besar ataupun kecil seperti UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). Dengan adanya peraturan mengenai merek, yaitu Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang telah diundangkan pada tanggal 25 November 2016, peraturan tersebut diharapkan dapat memenuhi kebutuhan para pedagang atau pengusaha atas adanya pelindungan terhadap HKI (dalam hal ini merek) untuk memproduksi barang atau jasa sebagai komoditi dagang.¹

Merek merupakan tanda dan ciri-ciri yang melekat kepada barang dan jasa. Sebagai suatu bagian dari kekayaan intelektual, pemilik dari merek dagang mendapatkan hak eksklusif untuk

¹ Yayuk Sugiarti, "Pelindungan Merek Bagi Pemegang Hak Merek Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor Tahun 2001 Tentang Merek", *Jurnal "Jendela Hukum" Fakultas Hukum Unjia*, Vol. 3 No. 1, April 2016, hlm. 33.

melindungi merek dagangnya. Pelindungan yang diberikan terhadap merek dagang perlu dan layak untuk diimbangi dengan penggunaan asas itikad yang baik didalamnya.

Secara garis besar, itikad baik memiliki dua buah makna yaitu itikad baik dalam arti objektif dan itikad baik dalam arti subjektif. Itikad baik dalam arti objektif berarti bahwa suatu perjanjian yang dibuat haruslah dilaksanakan dengan mengindahkan norma-norma seperti norma kepatutan dan norma kesusilaan. Selain itu, jika itikad baik diartikan dalam arti subjektif berarti bahwa suatu itikad dapat dinyatakan sebagai itikad baik jika terdapat dalam sikap batin seseorang. Hal tersebut berarti bahwa pihak terkait haruslah melakukan sesuatu yang tidak bertentangan dengan akal manusia dan tidak merugikan pihak lain.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis berfungsi untuk melindungi merek dagang dari adanya pelanggaran terhadap merek dagang. Namun hal tersebut tidak menjadikan Indonesia bebas dari ancaman terhadap perlindungan merek sebagai hak kekayaan intelektual. Jika dilihat dari berbagai kasus yang terjadi di luar ataupun dalam negeri, terdapat berbagai fenomena pelanggaran yang terjadi atas hak merek seperti contohnya adalah perundungan merek dagang atau yang biasa disebut juga sebagai *trademark bullying*. Dari berbagai kasus perundungan merek dagang yang terjadi, upaya penyelesaian yang ditempuh pun berbeda. Hal tersebut mengindikasikan bahwa secara umum, masih terdapat celah dalam perlindungan hak atas merek dagang yang belum dilakukan secara menyeluruh dan merata.

Pemilahan pendaftaran merek untuk dilindungi sebagai bagian dari kekayaan intelektual di Indonesia sudah diatur dengan baik. Penerapan asas itikad baik pun sejalan seperti yang dijelaskan pada Pasal 21 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang berbunyi “Permohonan ditolak jika diajukan oleh pemohon yang beritikad tidak baik.”. Pasal tersebut menandakan bahwa segala itikad tidak baik yang dimiliki oleh pemegang merek dagang tidak dapat diterima dan dilindungi oleh badan hukum sebagai bagian dari perlindungan merek sebagai kekayaan intelektual. Namun, Undang-Undang ini belum mengatur secara terperinci terkait tindak pelanggaran perundungan merek dagang atau *trademark bullying* yang dapat terjadi kepada siapa saja.

Berdasarkan paparan yang disampaikan diatas mengenai asas itikad baik dalam perlindungan merek atas tindak perundungan merek dagang, Penulis berniat untuk membahas mengenai “**Asas Itikad Baik Dalam Upaya Pelindungan Merek Atas Tindak Perundungan Merek Dagang Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis**”. Hal tersebut didasarkan keinginan penulis untuk meneliti penggunaan asas itikad baik sebagai upaya melindungi merek dagang dari tindak perundungan merek dagang.

Metode

Metode penelitian yang digunakan adalah menggunakan pendekatan secara yuridis normatif dengan penggunaan studi dokumen atau bahan pustaka yang menggunakan data sekunder yang berupa bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier. Metode pendekatan yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah pendekatan Yuridis Normatif yang bersifat Deskriptif Analitis. Pendekatan Yuridis Normatif ini adalah penelitian hukum kepustakaan yang dilakukan dengan bahan dari kepustakaan dan/atau data sekunder. Pendekatan ini merupakan pendekatan yang menjadikan hukum sebagai bahan utama dalam mengkaji teori, asas, konsep, serta peraturan yang berhubungan dengan penelitian. Berdasarkan pendekatan tersebut, penulis akan mengacu kepada teori serta peraturan yang mengatur tentang hukum kekayaan intelektual secara umum serta secara khusus mengenai hukum merek yang berhubungan dengan perundungan merek dagang dan asas itikad tidak baik yang akan dibahas dalam penelitian ini.

Hasil dan Pembahasan

Implementasi Asas Itikad Baik Terkait Perundungan Merek Dagang Oleh Perusahaan Besar Terhadap UMKM Berdasarkan Hukum Positif Indonesia

Dalam sistem hukum positif yang berlaku, dikenal konsep asas yang mengatakan bahwa asas adalah suatu dalil umum yang dinyatakan dalam istilah umum tanpa menyorankan cara-cara khusus mengenai pelaksanaannya, yang diterapkan pada serangkaian perbuatan untuk menjadi petunjuk yang

tepat bagi perbuatan itu. Dari konsep tersebut, pengertian asas dapat dilihat dari beberapa pendapat ahli yang mengutarakan pendapat tentang pengertian tentang asas hukum. Seperti asas hukum menurut Satjipto Rahardjo (Rachmadi Usman, 2000:7) yang menyatakan bahwa Asas hukum merupakan “jantung” peraturan hukum.

Asas dalam hukum bertujuan secara umum untuk menjadi sebuah kerangka dasar dalam membentuk peraturan-peraturan publik yang berlaku, demikian dengan hadirnya asas itikad baik yang umum dikenal dalam hukum perdata. Hadirnya itikad baik adalah untuk setiap orang yang membuat dan menjalankan perjanjian harus didasarkan dan dilaksanakan dengan niat dan itikad yang baik. Asas itikad baik dapat dikenal dari ketentuan Pasal 1338 Ayat (3) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang menyatakan bahwa suatu perjanjian dilaksanakan dengan itikad baik.

Pasal 1338 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata berbunyi “Semua persetujuan yang dibuat sesuai dengan Undang-Undang berlaku sebagai Undang-Undang bagi mereka yang membuatnya; Persetujuan itu tidak dapat ditarik kembali selain dengan kesepakatan kedua belah pihak atau karena alasan-alasan yang ditentukan oleh Undang-Undang; dan Persetujuan harus dilaksanakan dengan itikad baik”. Penafsiran itikad baik dalam hukum positif yang berlaku di Indonesia lebih merujuk kepada itikad baik secara subjektif yang berarti bahwa suatu itikad dapat dinyatakan sebagai itikad yang baik jika terdapat dalam sikap batin seseorang. Walaupun itikad baik dalam pelaksanaan kontrak telah menjadi asas yang paling penting dalam kontrak, namun ia masih meninggalkan sejumlah kontroversi atau permasalahan. Sekurang-kurangnya ada tiga persoalan yang berkaitan dengan itikad baik tersebut. Pertama, pengertian itikad baik tidak bersifat universal. Kedua, tolok ukur (*legal test*) yang digunakan hakim untuk menilai ada tidaknya itikad baik dalam kontrak. Ketiga, fungsi itikad baik dalam pelaksanaan kontrak.²

Mengambil persoalan yang disebutkan oleh Ridwan Khairandy sebelumnya, pengertian itikad tidak baik memang tidak bersifat universal. Pasal 1338 KUHPerdata menyatakan kontrak harus dilaksanakan dengan itikad baik dan dilanjutkan pada Pasal 1339 KUHPerdata yang menyatakan bahwa kontrak tidak hanya mengikat terhadap apa yang secara tegas dinyatakan di dalamnya, tetapi juga kepada segala sesuatu yang menurut sifat kontrak, diharuskan oleh kepatutan, kebiasaan, atau Undang-Undang. Itikad baik subjektif (*subjectieve goede trouw*) dikaitkan dengan hukum benda (*bezit*). Di sini ditemukan istilah pemegang yang beritikad baik atau pembeli barang yang beritikad baik dan sebagainya sebagai lawan dari orang-orang yang beritikad buruk.³

Fungsi hadirnya merek pada dasarnya untuk melindungi para pengusaha yang menghasilkan barang dan jasa untuk dapat membedakan produk yang dihasilkan ataupun ditawarkan agar memiliki nilai jual yang lebih dan identitasnya tersendiri. Merek juga menjadi salah satu objek penting yang dilindungi oleh hukum sebagai salah satu bagian dari kekayaan intelektual. Lahirnya merek pada zaman yang berkembang saat ini tidak dapat terbendung karena tingkat kreativitas yang tinggi juga membuat persaingan usaha semakin tinggi untuk menawarkan merek dari produk dan jasa yang diproduksi. Jumlah merek yang meningkat tinggi bukan berarti berbanding lurus dengan indikasi-indikasi pelanggaran yang terjadi terhadap hak atas merek dagang. Itikad baik secara objektif dirumuskan dalam Pasal 1338 Ayat (3) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang berbunyi “suatu perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik”.⁴ Objektif dalam hal ini berarti bahwa perilaku para pihak itu sesuai dengan pandangan umum tentang itikad baik dan tidak berdasarkan pada pandangan para pihak itu sendiri. Itikad baik dalam pelaksanaan kontrak mengacu kepada itikad baik yang objektif. Standar yang digunakan dalam itikad baik objektif adalah standar yang objektif yang mengacu kepada suatu norma yang objektif.⁵ Itikad tidak baik dalam pendaftaran merek dijadikan sebagai alasan pembatalan merek menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis bertujuan untuk mengetahui adanya unsur persamaan pada pokoknya ataupun itikad tidak baik dalam sebuah gugatan pembatalan pendaftaran merek.

² Ridwan Khairandy, *Itikad Baik dalam Pelaksanaan Kontrak: Super Eminent Principle yang memerlukan Pengertian dan Tolok Ukur Objektif*, Jurnal Hukum UII No. 3 Vol 14, 2008, hlm. 344

³ *Ibid.*, hlm. 354.

⁴ Pasal 1338 Ayat (3) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

⁵ Ridwan Khairandy, *Perlindungan Hukum Merek Terkenal di Indonesia*, Jurnal Hukum No. 12, Vol. 6, Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 1999, hlm. 355

Pasal 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis mengatur bahwa hak atas merek baru diperoleh setelah merek terdaftar dan sesuai dengan sistem yang diterapkan dalam sistem pendaftaran merek di Indonesia yaitu sistem konstitutif atau dikenal sebagai *first to file*. Mayoritas para ahli berpendapat sistem konstitutif dapat memberikan kepastian hukum yang lebih daripada sistem deklaratif. Penggunaan sistem konstitutif dalam perlindungan merek di Indonesia memberikan manfaat bagi para pegiat usaha dalam menghindari jeratan pelanggaran atas merek yang dimilikinya. Sistem konstitutif atau *first to file* tidak bisa berjalan sendirian, namun harus diiringi dengan penggunaan asas itikad baik dalam penerapannya. Penggunaan asas itikad baik dalam hukum menjadi suatu hal yang fundamental terutama dalam adanya kontrak yang mengikat antara dua pihak. Demikian halnya dalam perlindungan kekayaan intelektual. Pelindungan kekayaan intelektual dapat dimulai saat dilakukannya pendaftaran kepada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia.

Sebagaimana dimuat dalam penjelasan Pasal 21 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang dimaksud dengan "Pemohon yang beritikad tidak baik" adalah Pemohon yang patut diduga dalam mendaftarkan Mereknya memiliki niat untuk meniru, menjiplak, atau mengikuti Merek pihak lain demi kepentingan usahanya menimbulkan kondisi persaingan usaha tidak sehat, mengecoh, atau menyesatkan konsumen. Implementasi asas itikad baik dalam perundangan merek dagang setidaknya menghadapi dua tantangan:

1. Itikad Tidak Baik dalam Pendaftaran Merek Dagang.

Pendaftaran merek dagang diawali dengan permohonan yang diajukan dalam Bahasa Indonesia dan ditandatangani oleh Pemohon atau kuasanya kepada Menteri dengan mencantumkan:⁶

- 1) Tanggal, Bulan, dan tahun Permohonan;
- 2) Nama Lengkap, Kewarganegaraan, dan Alamat Pemohon;
- 3) Nama Lengkap dan Alamat kuasa jika Permohonan diajukan melalui kuasa;
- 4) Warna jika Merek yang dimohonkan pendaftarannya menggunakan unsur warna;
- 5) Nama negara dan tanggal permintaan Merek yang pertama kali dalam hal Permohonan diajukan dengan Hak Prioritas; dan
- 6) Kelas barang dan/atau kelas jasa serta uraian jenis barang dan/atau jenis jasa.

Meskipun demikian, itikad baik menjadi salah satu asas fundamental dan utama dalam proses pendaftaran merek dagang. Suatu merek dagang akan dinilai dan dinyatakan memenuhi ketentuan dalam pendaftaran merek dagang apabila memenuhi indikasi yang diatur dalam Pasal 6 Ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang berbunyi:

"Permohonan harus ditolak oleh Direktorat Jenderal apabila merek tersebut:

- 1) Mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek milik pihak lain yang sudah terdaftar lebih dahulu untuk barang atau jasa yang sejenis.
- 2) Mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek yang sudah terkenal milik pihak lain untuk barang atau jasa sejenis.
- 3) Mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan indikasi-geografis terkenal."

Unsur fundamental yang terdapat dalam ketentuan tersebut salah satunya adalah persamaan pada pokoknya, persamaan pada keseluruhannya dengan merek milik pihak lain yang sudah terdaftar lebih dahulu untuk barang atau jasa sejenis, serta merek terkenal.

Pengertian persamaan pada pokoknya sesuai dengan doktrin "*nearly resembles*" yang menganggap suatu merek mempunyai persamaan pada pokoknya dengan merek orang lain jika pada merek tersebut terdapat kemiripan (*identical*) atau hampir mirip (*nearly resembles*) dengan merek orang lain.⁷ Penentuan kemiripan tersebut dapat didasarkan atas beberapa indikator seperti: (1) Kemiripan persamaan gambar; (2) Hampir mirip atau hampir sama susunan kata, warna, atau bunyi; (3) Tidak mutlak barang harus sejenis atau sekelas; dan (4) Pemakaian merek menimbulkan kebingungan nyata (*actual confusion*) atau menyesatkan (*deceive*) masyarakat konsumen. Suatu merek dagang yang memenuhi salah satu indikator tersebut mengindikasikan adanya itikad tidak baik dalam pendaftaran

⁶ Pasal 4 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

⁷ Dandi Pahasa, *Persamaan Unsur Pokok Pada Merek Terkenal*, Jurnal Cita Hukum, Vol. II No. 1, 2015, hlm. 182

merek dagangnya. Kendala utama dalam melihat indikator kemiripan suatu merek dagang dengan merek dagang lainnya menjadi tantangan besar dalam membuktikan adanya itikad yang tidak baik dalam pendaftaran suatu merek dagang.

Kendala utama dalam melihat indikator kemiripan suatu merek dagang dengan merek dagang lainnya menjadi tantangan besar dalam membuktikan adanya itikad yang tidak baik dalam pendaftaran suatu merek dagang. Peran pemilik merek dagang dalam pendaftaran merek dagang adalah mengikuti alur pendaftaran merek dagang yang diterapkan oleh pemerintah yang dalam hal ini adalah Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia. Hal tersebut juga perlu diimbangi dengan peran pemerintah dalam melindungi setiap merek dagang untuk mendapatkan hak dan perlakuan yang sama di mata hukum.

2. Itikad Tidak Baik dalam Gugatan Atas Merek Dagang Lain.

Kendala lain bagi upaya penerapan asas itikad baik dalam perlindungan merek dagang adalah adanya itikad tidak baik dalam gugatan yang dilaungkan oleh pihak ketiga yaitu dalam hal ini pemilik merek dagang terhadap merek dagang lain. Seorang pemilik merek dagang dapat mengajukan penghapusan atas merek dagang lain dalam bentuk permohonan. Permohonan penghapusan merek tersebut diajukan melalui gugatan yang diajukan kepada Pengadilan Niaga.

Pasal 85 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menjelaskan tentang tata cara gugatan pada Pengadilan Niaga. Gugatan yang dimohonkan oleh pihak ketiga ini dapat diajukan kepada Pengadilan Niaga jika berdasarkan pada alasan bahwa merek tersebut tidak digunakan selama 3 (tiga) tahun berturut-turut adalah karena adanya larangan impor, larangan yang berkaitan dengan izin bagi peredaran barang yang menggunakan merek yang bersangkutan atau keputusan dari pihak yang berwenang yang bersifat sementara atau larangan serupa lainnya yang ditetapkan oleh Peraturan Pemerintah.

Suatu pembatalan ataupun penghapusan merek dagang dapat diajukan oleh pemilik merek dagang itu sendiri, prakarsa Menteri ataupun pihak ketiga. Dalam Pasal 83 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menyatakan bahwa pemilik merek terdaftar dapat mengajukan gugatan terhadap pihak lain yang secara tanpa hak menggunakan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya untuk barang dan/atau jasa yang sejenis yang berupa gugatan ganti rugi dan/atau penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan Merek tersebut melalui Pengadilan Niaga.

Dalam kaitannya antara permohonan penghapusan merek dengan perundungan merek dagang adalah seringkali permohonan penghapusan merek ini diajukan oleh perusahaan-perusahaan yang memiliki sebuah merek terkenal terhadap perusahaan kecil tanpa memenuhi unsur-unsur yang telah ditetapkan oleh Undang-Undang sebelumnya. Gugatan yang diajukan tersebut didasarkan oleh adanya itikad yang tidak baik dan semata-mata hanya untuk menguntungkan perusahaan besar tersebut saja.

Secara garis besar, hukum positif Indonesia mengatur secara umum terkait itikad baik dan pelanggaran tertentu dalam ruang lingkup merek. Namun belum menyebutkan dan mengatur tentang adanya tindak perundungan merek dagang. Itikad baik dalam perundungan merek dagang kerap mempersoalkan tentang kriteria atau batasan yang rasional dan irrasional ataupun patut dan tidak patut dalam adanya kemiripan-kemiripan antara merek dagang satu dengan lainnya.

Kesimpulan

Secara umum, hukum positif Indonesia mengatur mengenai itikad baik dan pelanggaran tertentu dalam ruang lingkup merek, namun belum mengakomodasi konsep dan regulasi terkait perundungan merek dagang. Persoalan yang sering muncul adalah mengenai kriteria yang rasional dan tidak rasional, serta yang pantas dan tidak pantas, dalam kasus kemiripan antara merek dagang yang satu dengan yang lain. Implementasi asas itikad baik kerap menghadapi tantangan seperti adanya itikad tidak baik dalam pendaftaran merek dagang dan adanya itikad tidak baik dalam gugatan yang diajukan suatu merek dagang terhadap merek dagang lainnya.

Berdasarkan pembahasan penelitian, maka peneliti memberikan saran bahwa diperlukan adanya regulasi yang jelas dan tegas untuk melindungi merek dagang dari adanya praktik perundungan merek dagang, yaitu dengan melakukan penambahan klausul ataupun pasal pada Undang-Undang

Merek yang berlaku, dimulai dari penjelasan tentang praktik perundungan merek dagang yang disertai cakupan, batasan, dan ketentuannya, serta penjelasan lebih lanjut dalam penggunaan itikad baik dalam perlindungan merek dagang sebagai suatu hak eksklusif yang diberikan kepada para pemilik merek dagang. Dengan adanya regulasi yang dibuat dan diatur dengan jelas dapat meminimalisir adanya kebingungan para pemilik merek dagang dalam menghadapi praktik perundungan merek dagang dan dapat mengambil langkah yang tepat dalam melindungi merek dagangnya mulai dari pendaftaran sampai berlakunya perlindungan yang diberikan kepada pemilik merek dagang. Selain itu, hal tersebut juga dapat meningkatkan rasa aman bagi para pengusaha terutama pemilik UMKM dalam menggunakan kreasinya dan menuangkannya ke dalam merek dagangnya.

Referensi

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

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

Yayuk Sugiarti, "Perlindungan Merek Bagi Pemegang Hak Merek Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor Tahun 2001 Tentang Merek", *Jurnal "Jendela Hukum" Fakultas Hukum Unja*, Vol. 3 No. 1, 2016.

Ridwan Khairandy, Itikad Baik dalam Pelaksanaan Kontrak: Super Eminent Principle yang memerlukan Pengertian dan Tolok Ukur Objektif, *Jurnal Hukum UII* No. 3 Vol 14, Yogyakarta, 2008.

Ridwan Khairandy, "Perlindungan Hukum Merek Terkenal di Indonesia", *Jurnal Hukum* No. 12, Vol. 6, Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 1999.

Dandi Pahusa, "Persamaan Unsur Pokok Pada Merek Terkenal, *Jurnal Cita Hukum*", Vol. II No. 1, 2015.