



## URGENSI PENGATURAN SANKSI PIDANA TERHADAP PELANGGARAN NAMA ORANG, FOTO, DAN BADAN HUKUM TERKENAL DALAM REZIM HUKUM MEREK DI INDONESIA

Moh. Fahrial Amrulla<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universitas Merdeka Malang, E-mail: fahrial.amrulla@unmer.ac.id

### Abstract

*Law Number 20 of 2016 concerning Trademarks and Geographical Indications provides protection against the use of famous persons' names, photos, and legal entity names in trademark applications submitted to the Directorate General of Intellectual Property. Article 21 paragraph (2) letter a stipulates that a trademark application will be rejected if such elements are used without written consent from the rightful party. However, this provision only results in an administrative sanction rejection of the application without any accompanying criminal sanctions for violations. This normative gap reveals a significant weakness in the legal protection system for intellectual property in Indonesia. This study aims to analyze this legal void and provide recommendations for a more comprehensive legal framework, including the possibility of imposing criminal sanctions. The method used is normative juridical, involving analysis of legal statutes, legal literature, and comparative studies. The findings indicate that criminal sanctions are necessary to ensure deterrence and provide effective legal protection for owners of famous names and legal entities from acts that exploit or damage their reputation.*

### Keywords:

*Legal protection, Famous trademark, Legal vacuum, Criminal sanction, Intellectual property*

### Abstrak

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis telah memberikan perlindungan terhadap penggunaan nama orang terkenal, foto, dan nama badan hukum sebagai bagian dari permohonan merek yang diajukan ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Ketentuan dalam Pasal 21 ayat (2) huruf a mengatur bahwa permohonan merek akan ditolak jika unsur-unsur tersebut digunakan tanpa persetujuan tertulis dari pihak yang berhak. Namun, norma ini hanya mengandung sanksi administratif berupa penolakan permohonan, tanpa diikuti oleh sanksi pidana atas pelanggaran. Kekosongan norma pidana ini menimbulkan kelemahan dalam sistem perlindungan hukum kekayaan intelektual di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kekosongan tersebut dan memberikan rekomendasi pembentukan norma hukum yang lebih komprehensif, termasuk kemungkinan penerapan sanksi pidana. Metode yang digunakan adalah pendekatan yuridis normatif dengan analisis terhadap peraturan perundang-undangan, literatur hukum, dan studi perbandingan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan sanksi pidana diperlukan guna memberikan efek jera dan perlindungan hukum yang efektif bagi pemilik nama terkenal dan badan hukum dari tindakan yang merugikan atau menyalahgunakan reputasi mereka.

### Kata kunci:

Perlindungan hukum, Merek terkenal, Kekosongan norma, Sanksi pidana, Kekayaan intelektual

## 1. Pendahuluan

Perkembangan pesat dalam dunia perdagangan dan industri global, termasuk di Indonesia, telah mendorong pergeseran paradigma dalam aktivitas ekonomi yang semakin berorientasi pada nilai intelektual dan simbolik.<sup>1</sup> Dalam era persaingan pasar yang kompetitif, keberadaan identitas visual dan nama dagang menjadi salah satu komponen kunci dalam membentuk citra dan daya saing suatu produk atau jasa. Salah satu instrumen utama dalam hal ini adalah merek (*trademark*), yang tidak lagi dipandang sekadar sebagai penanda asal-usul barang, melainkan sebagai aset tak berwujud yang memiliki nilai strategis dalam menunjang keberhasilan usaha. Merek mengandung muatan identitas, jaminan mutu, serta asosiasi psikologis yang terbentuk dari hubungan antara konsumen dan produk yang ditawarkan.<sup>2</sup>

Merek juga memainkan peran penting sebagai representasi reputasi dan kualitas suatu produk atau layanan yang telah terbentuk melalui pengalaman konsumen, strategi pemasaran, dan keberlanjutan bisnis.<sup>3</sup> Dalam hal ini, pemilik merek sering kali menginvestasikan sumber daya yang tidak sedikit untuk membangun dan mempertahankan kekuatan merek mereka di mata publik. Akibatnya, merek bukan hanya alat promosi, tetapi juga simbol status, kepercayaan, dan keaslian. Oleh karena itu, semakin tinggi nilai suatu merek, semakin rentan pula merek tersebut terhadap bentuk-bentuk penyalahgunaan, baik dalam bentuk plagiasi, imitasi, maupun eksploitasi nama yang memiliki kemiripan dengan entitas yang telah memiliki reputasi<sup>4</sup>.

Dalam konteks ini, nama orang terkenal, foto, serta nama badan hukum tertentu memiliki nilai komersial yang sangat signifikan dan sering kali menjadi target eksploitasi oleh pihak-pihak yang tidak memiliki hak<sup>5</sup>. Pemanfaatan nama-nama tersebut untuk kepentingan komersial tanpa izin dapat menimbulkan kebingungan publik, pencemaran nama baik, hingga kerugian ekonomi bagi pemilik nama atau institusi terkait. Ketika hal ini dilakukan dalam bentuk pendaftaran merek, potensi dampaknya menjadi lebih serius karena dapat memberikan legitimasi hukum kepada pihak yang tidak berhak. Oleh karena itu, perlindungan hukum terhadap elemen identitas yang memiliki daya tarik ekonomi dan reputasi publik menjadi hal yang sangat penting dalam sistem hukum kekayaan intelektual yang modern<sup>6</sup>.

---

<sup>1</sup> Jacklin Mangowal, "Perlindungan Hukum Merek Terkenal dalam Perspektif Undang - Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek," *Lex Et Societatis* 13, no. 3 (2017).

<sup>2</sup> , Achmad Rayhan Akbar and , Albertus Sentot Sudarwanto, "Implementasi Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Hak Atas Merek Pakaian dari Tindak Pelanggaran Merek (Studi Kasus Pemalsuan Merek Pakaian Kick Denim)," *Jurnal Privat Law* 7, no. 1 (2019).

<sup>3</sup> Laksmi Kusuma Wardani, "Sebuah Konsepsi Dan Aplikasi Simbol," *Dimensi Interior* 4, no. Konsepsi dan aplikasi simbol (2006).

<sup>4</sup> Iin Choirunnisa Choirunnisa and Mila Karmilah, "Strategi Pengembangan Pariwisata Budaya," *Jurnal Kajian Ruang* 2, no. 1 (2022): 89-109.

<sup>5</sup> Nuriyanto Nuriyanto, "Penyelenggaraan Pelayanan Publik Di Indonesia, Sudahkah Berlandaskan Konsep 'Welfare State'?", *Jurnal Konstitusi* 11, no. 3 (2014): 428-453.

<sup>6</sup> R Silalahi, "Pembangunan Industri Kreatif Sebagai Pendorong Pertumbuhan Ekonomi," *Circle Archive* (2023).

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU Merek) merupakan landasan hukum utama dalam sistem perlindungan merek di Indonesia. Salah satu ketentuan penting dalam undang-undang ini adalah Pasal 21 ayat (2) huruf a, yang secara tegas melarang penggunaan nama orang terkenal, foto, atau nama badan hukum dalam permohonan merek tanpa persetujuan tertulis dari pihak yang berhak. Ketentuan ini menunjukkan bahwa pembentuk undang-undang menyadari pentingnya melindungi hak moral dan reputasi yang melekat pada identitas individu maupun badan hukum tertentu, yang nilai komersial dan reputasionalnya dapat disalahgunakan untuk kepentingan bisnis oleh pihak lain<sup>7</sup>.

Namun, meskipun secara normatif sudah terdapat larangan eksplisit, sanksi yang ditetapkan dalam ketentuan tersebut masih terbatas pada aspek administratif, yaitu penolakan terhadap permohonan pendaftaran merek yang melanggar ketentuan. Tidak terdapat mekanisme sanksi pidana yang secara langsung dapat dikenakan kepada pihak yang dengan sengaja menggunakan nama orang terkenal atau badan hukum tanpa izin<sup>8</sup>. Dengan kata lain, pelanggaran terhadap larangan ini belum dikonstruksikan sebagai perbuatan yang dapat dipidana, sehingga pelaku tidak dapat dijerat dengan hukuman pidana seperti denda atau kurungan. Ketiadaan aspek penegakan secara represif melalui hukum pidana menjadi celah hukum yang patut diperhatikan dalam rangka perlindungan hak atas identitas<sup>9</sup>.

Kondisi ini menimbulkan apa yang disebut sebagai kekosongan norma pidana (*penal norm vacuum*), yakni tidak adanya pengaturan tentang akibat hukum yang bersifat pidana atas pelanggaran terhadap suatu larangan hukum<sup>10</sup>. Kekosongan ini berpotensi melemahkan efektivitas perlindungan hukum, karena tidak memberikan efek jera bagi pelaku pelanggaran dan tidak memberikan rasa keadilan yang utuh bagi pemilik nama atau badan hukum yang dirugikan. Dalam jangka panjang, hal ini dapat menurunkan kepercayaan terhadap sistem hukum kekayaan intelektual di Indonesia, serta membuka ruang bagi terjadinya eksploitasi nama atau identitas yang dapat merusak reputasi dan kepentingan ekonomi pihak yang memiliki hak. Oleh karena itu, perlu dilakukan evaluasi kritis terhadap UU Merek guna mempertimbangkan pentingnya penambahan norma pidana sebagai bagian dari upaya perlindungan hukum yang menyeluruh<sup>11</sup>.

Beberapa studi telah menyoroti kelemahan ini. Misalnya, Mangowal (2017) menyatakan bahwa meskipun UU Merek memberikan perlindungan hukum terhadap merek terkenal, masih terdapat celah hukum yang memungkinkan pelanggaran terjadi tanpa

---

<sup>7</sup> Puguh Setyo Nugroho and Malik Cahyadin, "Analisis Perkembangan Industri Kreatif Di Indonesia," *Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang* (2011).

<sup>8</sup> Sindy Lita Kumala, "Perkembangan Ekonomi Berbasis Digital Di Indonesia," *Journal of Economics and Regional Science* 1, no. 2 (2022).

<sup>9</sup> Yudha Bhakti Ardhiwisastra, *Penafsiran Dan Konstruksi Hukum* (Alumni, 2000).

<sup>10</sup> H. Rifqi Qowiyul Iman, "Putusan Hakim, Antara Kepastian Hukum Dan Keadilan," *Badilag Mahkamah Agung* 25, no. 2 (2022): 1–21.

<sup>11</sup> Rizki Ridwansyah, "Konsep Teori Utilitarianisme Dan Penerapannya Dalam Hukum Praktis Di Indonesia," *Jurnal Pendidikan, Seni, Sains dan Sosial Humanioral* (2023): 1–11.

sanksi pidana yang memadai. Demikian pula, Atmoko (2020) menekankan pentingnya kepastian hukum dalam perlindungan merek, terutama dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat. Swabawa dan Mayasari (2023) juga menyoroti bahwa perlindungan hukum terhadap merek terkenal di Indonesia masih menghadapi tantangan, terutama dalam hal penegakan hukum yang konsisten<sup>12</sup>.

Selain itu, kasus-kasus seperti penggunaan nama "Pierre Cardin" oleh pihak yang tidak berhak menunjukkan bahwa ketidakhadiran sanksi pidana dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha yang beritikad buruk untuk mengeksploitasi nama terkenal demi keuntungan pribadi (Swabawa & Mayasari, 2023). Hal ini tidak hanya merugikan pemilik nama atau badan hukum yang sah, tetapi juga dapat menyesatkan konsumen dan merusak integritas pasar<sup>13</sup>.

Dalam konteks hukum internasional, perlindungan terhadap nama terkenal dan merek telah diatur dalam berbagai perjanjian, seperti Konvensi Paris dan TRIPS Agreement, yang menekankan pentingnya perlindungan hukum yang efektif terhadap merek terkenal. Namun, implementasi prinsip-prinsip tersebut dalam hukum nasional masih menghadapi berbagai kendala, termasuk kekosongan norma pidana dalam UU Merek Indonesia. Berdasarkan uraian di atas, artikel ini bertujuan untuk menganalisis kekosongan norma pidana dalam perlindungan hukum terhadap nama orang terkenal, foto, atau nama badan hukum dalam UU Merek, serta mengusulkan formulasi hukum yang lebih efektif untuk melindungi hak-hak tersebut<sup>14</sup>.

## **2. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif atau dikenal juga sebagai penelitian hukum doktrinal. Fokus dari metode ini adalah pada kajian terhadap norma-norma hukum yang tertulis, khususnya yang terdapat dalam peraturan perundang-undangan dan doktrin hukum. Sumber data utama yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari bahan hukum primer, yaitu Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis; bahan hukum sekunder, seperti literatur hukum, artikel ilmiah, jurnal, serta pendapat para ahli hukum; dan bahan hukum tersier berupa kamus hukum dan ensiklopedia hukum untuk menunjang pemahaman terhadap konsep-konsep hukum yang digunakan<sup>15</sup>. Pendekatan yang digunakan meliputi pendekatan perundang-undangan (*statute approach*), yang bertujuan untuk mengkaji norma hukum yang berlaku, serta pendekatan konseptual (*conceptual approach*) untuk menggali dan membandingkan pemikiran atau prinsip-prinsip hukum yang relevan,

---

<sup>12</sup> Jeferson Kameo and Teguh Prasetyo, "Hakikat Hukum Ekonomi (Internasional) Dalam Perspektif Teori Keadilan Bermartabat," *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum* 27, no. 2 (2020): 308-327.

<sup>13</sup> Ibrahim Nainggolan, "Pertanggungjawaban Pidana Perbuatan Penggunaan Merek Yang Sama Pada Pokoknya Tanpa Izin (Analisis Putusan MA.RI No. 2037/ Pid.Sus/2015)," *EduTech: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Ilmu Sosial* 5, no. 1 (2019).

<sup>14</sup> Jacklin Mangowal, "Perlindungan Hukum Merek Terkenal Dalam Perspektif Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek," *Lex Et Societatis* 5, no. 9 (2017).

<sup>15</sup> Peter Mahmud Marzuki, "Penelitian Hukum" (2013).

termasuk dari perspektif sistem hukum lain atau instrumen internasional. Seluruh data dianalisis secara kualitatif dengan teknik analisis normatif, yaitu dengan menafsirkan peraturan hukum serta mengaitkannya dengan permasalahan kekosongan norma pidana dalam perlindungan hukum atas nama orang terkenal, foto, atau nama badan hukum dalam konteks pendaftaran merek<sup>16</sup>.

### **3. Hasil Dan Pembahasan**

#### **3.1. Ketentuan Hukum dalam Pasal 21 Ayat (2) Huruf a Undang - Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis**

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (selanjutnya disebut UU Merek) merupakan salah satu instrumen hukum penting dalam sistem perlindungan kekayaan intelektual di Indonesia. Undang-undang ini tidak hanya mengatur mengenai prosedur pendaftaran merek, tetapi juga menetapkan kriteria-kriteria merek yang dapat dan tidak dapat didaftarkan. Salah satu ketentuan penting yang tercantum dalam Pasal 21 ayat (2) huruf a adalah larangan penggunaan nama orang terkenal, foto, atau nama badan hukum tanpa persetujuan tertulis dari pihak yang berhak sebagai bagian dari merek dagang yang diajukan untuk pendaftaran<sup>17</sup>.

Ketentuan tersebut merupakan bentuk perlindungan terhadap hak-hak moral dan ekonomi dari individu atau entitas hukum yang memiliki reputasi publik. Nama, foto, atau identitas suatu badan hukum dapat memiliki nilai komersial yang tinggi seiring dengan meningkatnya pengaruh atau ketenaran pihak yang bersangkutan<sup>18</sup>. Oleh karena itu, penggunaan elemen-elemen tersebut dalam merek tanpa izin dapat merugikan pemilik nama atau badan hukum, baik secara ekonomi maupun reputasional. Dalam hal ini, negara melalui peraturan perundang-undangan bertanggung jawab untuk menjamin agar tidak terjadi eksploitasi atas identitas yang dilindungi tersebut oleh pihak lain yang tidak berhak.

Selain sebagai bentuk perlindungan hukum, ketentuan ini juga berfungsi sebagai penguatan etika bisnis dan perlakuan yang adil dalam persaingan usaha. Dalam praktiknya, banyak kasus di mana pihak-pihak tertentu mencoba mengajukan merek yang menyerupai nama tokoh publik, selebritas, atau nama perusahaan ternama dengan tujuan untuk menarik perhatian konsumen dan mengambil keuntungan dari ketenaran yang telah dibangun oleh pihak lain<sup>19</sup>. Tanpa adanya

---

<sup>16</sup> Soerjono Soekanto, "Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat" (2007).

<sup>17</sup> Muhamad Shafwan Afif and Heru Sugiyono, "Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Merek Terkenal di Indonesia," *Jurnal USM Law Review* 4, no. 2 (2021).

<sup>18</sup> Khadijah Hasibuan et al., "Perlindungan Hukum Merek Terkenal Terhadap Perbuatan Pembongcengan Reputasi," *Locus Journal of Academic Literature Review* (2022).

<sup>19</sup> Medisita Nurfauziah Istiqmalia and Iwan Erar Joesoef, "Itikad Baik Dalam Pendaftaran Merek: Studi Perlindungan Hukum Pemilik Merek Terkenal di Indonesia," *Jurnal Penegakan Hukum Indonesia* 2, no. 3 (2021).

regulasi yang ketat, tindakan semacam ini dapat menciptakan kekeliruan di masyarakat, merusak reputasi pihak yang namanya disalahgunakan, dan melemahkan sistem keadilan dalam kegiatan usaha.

Meskipun ketentuan dalam Pasal 21 ayat (2) huruf a telah mencerminkan niat baik pembentuk undang-undang dalam melindungi hak atas nama dan identitas, norma ini masih terbatas pada aspek administratif, yaitu berupa penolakan permohonan merek oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Tidak terdapat ketentuan mengenai sanksi pidana apabila pelanggaran terhadap ketentuan ini tetap dilakukan<sup>20</sup>. Hal ini menimbulkan kekosongan hukum (*legal vacuum*) dalam hal penegakan hukum yang bersifat represif terhadap pelanggaran yang sesungguhnya dapat berdampak serius, baik bagi individu maupun bagi kepentingan publik secara luas.

Dengan tidak adanya sanksi pidana dalam ketentuan tersebut, maka efektivitas norma menjadi lemah. Tidak adanya ancaman hukum yang tegas dapat menyebabkan ketentuan ini tidak menimbulkan efek jera bagi pihak yang dengan sengaja melakukan pelanggaran. Oleh karena itu, penguatan terhadap perlindungan hukum atas nama orang terkenal, foto, dan nama badan hukum melalui pembentukan norma pidana menjadi hal yang mendesak. Penambahan dimensi pidana tidak hanya akan memperkuat kepastian hukum, tetapi juga memberikan keadilan yang lebih proporsional bagi pihak-pihak yang dirugikan akibat penyalahgunaan nama atau identitas mereka dalam permohonan merek.

Secara normatif, ketentuan dalam Pasal 21 ayat (2) huruf a Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 hanya memberikan konsekuensi hukum dalam bentuk administratif, yaitu penolakan atas permohonan pendaftaran merek yang dianggap menyerupai atau menggunakan nama orang terkenal, foto, atau nama badan hukum tanpa persetujuan tertulis. Ketentuan ini bersifat preventif secara terbatas, karena hanya mengatur larangan formal dalam proses pendaftaran merek, tanpa memberikan ruang bagi penegakan hukum lebih lanjut apabila pelanggaran tetap terjadi. Norma ini cenderung bersifat pasif, menunggu adanya permohonan untuk kemudian ditolak, tanpa menyentuh aspek perbuatan melawan hukum yang mungkin sudah dilakukan oleh pemohon sebelum atau selama proses tersebut berlangsung<sup>21</sup>.

Tidak adanya konsekuensi hukum lain, baik dalam bentuk sanksi perdata seperti ganti rugi maupun sanksi pidana seperti denda atau kurungan, menyebabkan norma ini kehilangan daya paksa. Dalam teori hukum, kekuatan suatu norma tidak hanya ditentukan oleh keberadaannya dalam teks hukum, tetapi juga oleh

---

<sup>20</sup> Maolana Alfarizi, "Penerapan Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Merek Terkenal Konvensi Paris Ke Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis," *Literacy: Jurnal Ilmiah Sosial* 3, no. 1 (2021).

<sup>21</sup> Ahmad Yakub Sukro, "Perlindungan Hukum Terhadap Merek Dagang Terkenal Atas Tindakan Passing Off Pada Praktek Persaingan Usaha." *Siyar Hukum : Jurnal Ilmu Hukum* 16, no. 1 (2019).

mekanisme penegakannya. Ketika pelanggaran terhadap suatu norma tidak dibarengi dengan ancaman hukum yang tegas, maka norma tersebut menjadi tidak efektif dalam menciptakan ketertiban hukum. Akibatnya, individu atau badan hukum yang merasa haknya dilanggar memiliki keterbatasan dalam menuntut keadilan, karena tidak tersedia jalur hukum yang memadai untuk menyelesaikan sengketa tersebut secara tuntas.

Ketiadaan sanksi pidana juga menciptakan celah hukum (*legal loophole*) yang bisa dimanfaatkan oleh pihak-pihak yang beritikad tidak baik. Dengan menyadari bahwa risiko hukumnya hanya sebatas penolakan permohonan, pelaku dapat dengan mudah mencoba-coba menggunakan nama terkenal atau nama badan hukum dalam merek dagangnya tanpa takut akan dampak hukum yang berat. Bahkan jika permohonan tersebut ditolak, mereka hanya mengalami kerugian administratif tanpa ada tekanan hukum lebih lanjut. Dalam konteks ini, norma yang tidak memiliki sanksi represif menjadi tidak memiliki fungsi preventif yang kuat, sehingga gagal mencegah tindakan-tindakan penyalahgunaan di masa depan<sup>22</sup>.

Dampak dari lemahnya daya paksa norma ini tidak hanya dirasakan oleh pemilik nama atau badan hukum yang dirugikan, tetapi juga dapat merusak sistem hukum kekayaan intelektual secara keseluruhan. Ketika pelanggaran terhadap hak identitas seperti nama terkenal atau nama institusi tidak diberikan perlindungan maksimal, maka kepercayaan publik terhadap sistem hukum akan menurun. Hal ini bertentangan dengan semangat perlindungan hukum terhadap hak-hak moral dan ekonomi dalam rezim kekayaan intelektual, di mana kejelasan dan ketegasan norma hukum menjadi fondasi penting bagi terciptanya keadilan dan kepastian hukum.

Oleh karena itu, sangat penting bagi pembentuk undang-undang untuk meninjau kembali keberadaan norma ini dalam konteks perlindungan hukum yang efektif<sup>23</sup>. Diperlukan reformulasi ketentuan yang tidak hanya mencakup larangan administratif, tetapi juga memuat sanksi pidana sebagai bentuk perlindungan yang lebih kuat terhadap pelanggaran hak atas nama dan identitas. Penambahan aspek pidana akan memberikan fungsi represif dan efek jera, sekaligus memperkuat nilai normatif dari ketentuan tersebut agar benar-benar dihormati dan ditaati dalam praktik. Dengan demikian, perlindungan terhadap nama orang terkenal, foto, dan nama badan hukum akan lebih bermakna dan sesuai dengan prinsip-prinsip keadilan dalam sistem hukum nasional maupun internasional.

---

<sup>22</sup> Jacklin Mangowal, "Perlindungan Hukum Merek Terkenal Dalam Perspektif Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek."

<sup>23</sup> Alfarizi, "Penerapan Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Merek Terkenal Konvensi Paris Ke Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis."

### 3.2. Urgensi Pembentukan Norma Pidana

Pembentukan norma pidana dalam konteks perlindungan terhadap nama orang terkenal, foto, atau nama badan hukum dalam sistem merek memiliki urgensi yang sangat tinggi. Selama ini, regulasi dalam Pasal 21 ayat (2) huruf a Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 hanya menyediakan mekanisme penolakan administratif terhadap permohonan pendaftaran merek yang melanggar, tanpa memberikan konsekuensi hukum lanjutan apabila pelanggaran tetap dilakukan. Ketentuan ini tidak cukup melindungi hak-hak moral dan ekonomi dari pemilik identitas yang digunakan tanpa izin. Oleh karena itu, diperlukan perluasan aspek hukum dengan menghadirkan norma pidana yang dapat menindak secara tegas setiap pelanggaran yang merugikan pihak yang sah<sup>24</sup>.

Urgensi tersebut muncul dari kenyataan bahwa nama, identitas, atau citra suatu individu atau institusi memiliki nilai yang sangat tinggi dalam dunia bisnis dan perdagangan. Penyalahgunaan nama terkenal atau nama badan hukum tidak hanya melanggar hak eksklusif yang dimiliki oleh pemilik nama, tetapi juga berpotensi merusak reputasi, mengacaukan pasar, dan menyesatkan konsumen<sup>25</sup>. Dalam aspek ekonomi, nama yang memiliki reputasi kuat seringkali menjadi aset tidak berwujud (intangible asset) yang bernilai strategis. Oleh sebab itu, pelindungannya tidak bisa sekadar bersifat administratif, melainkan juga harus dijamin secara pidana untuk menciptakan efek jera dan memastikan bahwa pelanggaran tidak dianggap sepele<sup>26</sup>.

Keberadaan sanksi pidana memiliki dua fungsi utama: represif dan preventif. Fungsi represif memberikan alat hukum bagi negara untuk menindak pelanggaran yang terjadi, sedangkan fungsi preventif bertujuan mencegah terjadinya pelanggaran dengan menciptakan ketakutan akan akibat hukum. Dalam konteks perlindungan merek, pemberlakuan norma pidana akan meningkatkan kesadaran dan kehati-hatian para pelaku usaha sebelum menggunakan nama atau identitas orang lain dalam merek dagangnya. Hal ini juga akan mendorong terciptanya praktik bisnis yang lebih etis dan menghormati hak kekayaan intelektual pihak lain<sup>27</sup>. Lebih jauh, penambahan norma pidana juga akan memperkuat otoritas dan peran lembaga pendaftaran merek, dalam hal ini Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI). Dengan adanya ancaman pidana,

---

<sup>24</sup> Maolana Alfarizi and Mas Anienda Tien F, "Harmonisasi Prinsip Perlindungan Merek Terkenal Konvensi Paris dalam Undang - Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis," *Jurnal Pro Hukum : Jurnal Penelitian Bidang Hukum Universitas Gresik* 10, no. 2 (2022).

<sup>25</sup> Deynisa Bella Tumanggor et al., "Kepastian Hukum Perlindungan Merek Dagang Terkenal Dalam Persaingan Industri Consumer Goods (Study Kasus Gudang Garam VS Gudang Baru)," *Engineering and Technology International Journal* 4, no. 03 (2022).

<sup>26</sup> Thoyyibah Bafadhal, "Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal Di Indonesia," *Undang: Jurnal Hukum* 1, no. 1 (2018).

<sup>27</sup> Admin Admin, "Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal (WELL-KNOWN) DI Indonesia," *Reformasi Hukum* 23, no. 1 (2019).

proses evaluasi permohonan merek akan menjadi lebih serius dan terintegrasi dengan sistem penegakan hukum. DJKI tidak hanya berperan sebagai filter administratif, tetapi juga dapat bekerja sama dengan aparat penegak hukum jika ditemukan indikasi pelanggaran pidana dalam pengajuan merek. Untuk mendukung ini, revisi terhadap Undang-Undang Merek dapat dilakukan guna mengakomodasi ketentuan pidana, atau setidaknya melalui peraturan pelaksana yang memberikan kewenangan penyidikan kepada instansi terkait.

Mempertimbangkan perkembangan praktik hukum kekayaan intelektual global, Indonesia juga perlu menyesuaikan sistem perlindungan hukumnya agar sejalan dengan standar internasional<sup>28</sup>. Banyak negara telah menetapkan sanksi pidana terhadap pelanggaran atas hak-hak identitas dan merek yang menyesatkan. Oleh karena itu, pembentuk undang-undang di Indonesia perlu memandang penting isu ini sebagai bagian dari penguatan sistem hukum nasional. Pembentukan norma pidana dalam perlindungan merek tidak hanya menjamin keadilan substantif bagi korban pelanggaran, tetapi juga meningkatkan kepercayaan masyarakat dan pelaku usaha terhadap hukum sebagai instrumen perlindungan yang efektif dan berkeadilan.

### 3.3. Perbandingan dengan Sistem Hukum Negara lain

Dari perspektif hukum komparatif, banyak negara telah mengadopsi sistem perlindungan hukum kekayaan intelektual yang lebih progresif, khususnya dalam memberikan perlindungan terhadap nama orang terkenal, identitas visual, dan badan hukum dalam konteks merek. Amerika Serikat, misalnya, tidak hanya mengatur hak atas merek dagang melalui Lanham Act, tetapi juga memberikan perlindungan atas hak atas nama dan likeness (kemiripan identitas) melalui doktrin common law dan beberapa undang-undang negara bagian. Pelanggaran atas hak ini dapat menimbulkan konsekuensi perdata berupa gugatan ganti rugi, dan dalam kasus yang melibatkan penipuan atau pemalsuan yang disengaja, pelaku dapat dikenai sanksi pidana. Dengan demikian, hukum Amerika Serikat secara tegas melindungi reputasi individu dan badan hukum sebagai bagian dari hak komersial yang sah<sup>29</sup>.

Di Jepang, pendekatan yang digunakan dalam Trademark Act juga mengakui pentingnya perlindungan terhadap merek terkenal, termasuk nama atau identitas yang memiliki pengakuan publik luas. Penggunaan merek yang identik atau membingungkan dengan nama terkenal tanpa izin dapat dianggap sebagai pelanggaran, dan pelaku dapat dikenakan sanksi administratif berupa

---

<sup>28</sup> Lionita Putri Lobo and Indirani Wauran, "Kedudukan Istimewa Merek Terkenal (Asing) Dalam Hukum Merek Indonesia," *Masalah-Masalah Hukum* 50, no. 1 (2021).

<sup>29</sup> Ibid.

pembatalan pendaftaran maupun sanksi pidana berupa denda atau kurungan<sup>30</sup>. Sistem ini memperlihatkan keterpaduan antara pengawasan administratif dan penegakan hukum pidana dalam melindungi nilai ekonomis dari reputasi suatu nama atau institusi. Jepang juga menyediakan mekanisme pencegahan lebih dini untuk mencegah penyalahgunaan yang merugikan pemilik hak.

Di wilayah hukum Uni Eropa, perlindungan terhadap merek terkenal bahkan tidak mensyaratkan pendaftaran terlebih dahulu. Berdasarkan EU Trademark Regulation, merek yang belum terdaftar tetapi telah terkenal secara luas dapat memperoleh perlindungan hukum jika terbukti ada upaya penyalahgunaan oleh pihak lain. Selain jalur perdata melalui pengadilan hak kekayaan intelektual, yurisdiksi Uni Eropa juga memungkinkan penerapan sanksi pidana apabila pelanggaran dilakukan dengan unsur penipuan atau mengandung motif kriminal tertentu<sup>31</sup>. Pendekatan ini menunjukkan bahwa perlindungan hukum atas identitas terkenal di Uni Eropa bersifat komprehensif, adaptif, dan berpihak pada kepentingan korban.

Perbandingan ini menegaskan bahwa Indonesia masih memiliki celah perlindungan hukum dalam Undang-Undang Merek, terutama dalam aspek represif berupa penegakan pidana terhadap pelanggaran yang menasar reputasi nama atau badan hukum. Ketika negara-negara maju telah mengintegrasikan perlindungan identitas dalam sistem pidana dan perdata, Indonesia masih membatasi respons hukumnya pada penolakan administratif yang terbatas efektivitasnya. Hal ini menjadikan Indonesia tampak tertinggal dalam memberikan perlindungan hukum yang seimbang antara hak pemilik merek dan penegakan atas pelanggaran yang bersifat serius dan sistematis<sup>32</sup>.

Penting bagi pembentuk undang-undang di Indonesia untuk menjadikan praktik internasional ini sebagai referensi dalam pembentukan norma baru yang lebih komprehensif. Penyelarasan dengan standar global bukan hanya mencerminkan komitmen terhadap perlindungan kekayaan intelektual, tetapi juga memperkuat posisi Indonesia dalam perdagangan internasional dan investasi. Perumusan norma pidana dalam kasus penyalahgunaan nama orang terkenal atau badan hukum akan memberikan kepastian hukum yang lebih besar, mengurangi potensi

---

<sup>30</sup> Yusuf Gunawan, "Penyelesaian Sengketa Merek Terdaftar dan Merek Terkenal dalam Mewujudkan Perlindungan Hukum," *Iblam Law Review* 2, no. 2 (2022).

<sup>31</sup> Ida Ayu Ketut Artami, Kadek Januarsa Adi Sudharma, and Made Widya Prasasti, "Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Hak Merek Terkenal Hugo Boss dari Peniruan," *VYAVAHARA DUTA* 17, no. 2 (2022).

<sup>32</sup> Lobo and Wauran, "Kedudukan Istimewa Merek Terkenal (Asing) dalam Hukum Merek Indonesia,"

penyalahgunaan sistem, dan meningkatkan kepercayaan terhadap sistem hukum nasional sebagai pelindung hak dan kepentingan yang sah secara hukum<sup>33</sup>.

#### **4. Kesimpulan**

Berdasarkan uraian dan analisis yang telah disampaikan, dapat disimpulkan bahwa ketentuan dalam Pasal 21 ayat (2) huruf a Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis masih bersifat administratif semata, yakni hanya memberikan sanksi berupa penolakan permohonan pendaftaran merek tanpa adanya konsekuensi hukum lanjutan. Ketentuan ini belum menjamin perlindungan hukum yang menyeluruh terhadap pemilik nama orang terkenal, foto, atau nama badan hukum yang menjadi objek pelanggaran, khususnya dalam konteks penyalahgunaan dengan motif komersial. Ketiadaan sanksi pidana dalam norma tersebut membuka celah bagi pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab untuk melakukan pelanggaran berulang, mengeksploitasi reputasi pihak lain, serta melecehkan hak atas identitas yang semestinya dilindungi secara moral dan hukum. Dalam rangka menjamin kepastian hukum, keadilan, dan perlindungan hak kekayaan intelektual yang setara dengan standar internasional, maka sangat direkomendasikan agar Undang-Undang Merek dilengkapi dengan norma pidana atau setidaknya mekanisme sanksi hukum lain yang bersifat represif dan memberikan efek jera. Pembentukan norma tersebut akan memperkuat daya paksa hukum, melindungi reputasi individu dan institusi, serta mendorong terciptanya ekosistem kekayaan intelektual yang lebih etis, adil, dan berkelanjutan.

#### **Daftar Pustaka**

- Achmad Rayhan Akbar, and , Albertus Sentot Sudarwanto. "Implementasi Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Hak Atas Merek Pakaian dari Tindak Pelanggaran Merek (Studi Kasus Pemalsuan Merek Pakaian Kick Denim)." *Jurnal Privat Law* 7, no. 1 (2019).
- Admin, Admin. "Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal (WELL-KNOWN) di Indonesia," *Reformasi Hukum* 23, no. 1 (2019).
- Afif, Muhamad Shafwan, and Heru Sugiyono. "Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Merek Terkenal di Indonesia." *Jurnal USM Law Review* 4, no. 2 (2021).
- Alfarizi, Maolana. "Penerapan Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Merek Terkenal Konvensi Paris Ke Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis." *Literacy: Jurnal Ilmiah Sosial* 3, no. 1 (2021).
- Alfarizi, Maolana, and Mas Anienda Tien F. "Harmonisasi Prinsip Perlindungan Merek Terkenal Konvensi Paris dalam Undang - Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis," *Jurnal Pro Hukum : Jurnal Penelitian Bidang Hukum Universitas Gresik* 10, no. 2

---

<sup>33</sup> Alfarizi and Tien F, "Harmonisasi Prinsip Perlindungan Merek Terkenal Konvensi Paris dalam Undang - Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis."

(2022).

Ardhiwisastra, Yudha Bhakti. *Penafsiran Dan Konstruksi Hukum*. Alumni, 2000.

Bafadhal, Thoyyibah. "Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal Di Indonesia." *Undang: Jurnal Hukum* 1, no. 1 (2018).

Choirunnisa, Iin Choirunnisa, and Mila Karmilah. "Strategi Pengembangan Pariwisata Budaya." *Jurnal Kajian Ruang* 2, no. 1 (2022): 89-109.

Dwisvimiar, Inge. "Pengaturan Doktrin Dilusi Merek Sebagai Upaya Perlindungan Hukum Merek Terkenal di Indonesia." *Mimbar Hukum - Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada* 28, no. 2 (2016).

Gunawan, Yusuf. "Penyelesaian Sengketa Merek Terdaftar dan Merek Terkenal dalam Mewujudkan Perlindungan Hukum." *IBLAM LAW REVIEW* 2, no. 2 (2022).

Hasibuan, Khadijah, OK. Saidin, Jelly Leviza, and Chairul Bariah. "Perlindungan Hukum Merek Terkenal Terhadap Perbuatan Pembongcengan Reputasi." *Locus Journal of Academic Literature Review* (2022).

Ida Ayu Ketut Artami, Kadek Januarsa Adi Sudharma, and Made Widya Prasasti. "Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Hak Merek Terkenal Hugo Boss dari Peniruan." *VYAVAHARA DUTA* 17, no. 2 (2022).

Iman, H. Rifqi Qowiyul. "Putusan Hakim, Antara Kepastian Hukum Dan Keadilan." *Badilag Mahkamah Agung* 25, no. 2 (2022): 1-21.

Jacklin Mangowal. "Perlindungan Hukum Merek Terkenal Dalam Perspektif Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek." *Lex Et Societatis* 5, no. 9 (2017).

Kameo, Jeferson, and Teguh Prasetyo. "Hakikat Hukum Ekonomi (Internasional) Dalam Perspektif Teori Keadilan Bermartabat." *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum* 27, no. 2 (2020): 308-327.

Lobo, Lionita Putri, and Indirani Wauran. "Kedudukan Istimewa Merek Terkenal (Asing) Dalam Hukum Merek Indonesia." *Masalah-Masalah Hukum* 50, no. 1 (2021).

Mangowal, Jacklin. "Perlindungan Hukum Merek Terkenal dalam Perspektif Undang - Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek." *Lex Et Societatis* 13, no. 3 (2017).

Marwiyah, Siti. "Perlindungan Hukum Atas Merek Terkenal." *De Jure: Jurnal Hukum dan Syar'iah* 2, no. 1 (2010).

Marzuki, Peter Mahmud. "Penelitian Hukum" (2013).

Nainggolan, Ibrahim. "Pertanggungjawaban Pidana Perbuatan Penggunaan Merek Yang Sama Pada Pokoknya Tanpa Izin (Analisis Putusan MA.RI No. 2037/ Pid.Sus/2015)." *EduTech: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Ilmu Sosial* 5, no. 1 (2019).

Nugroho, Puguh Setyo, and Malik Cahyadin. "Analisis Perkembangan Industri Kreatif Di Indonesia." *Fakultas Ekonomi, Unversitas Negeri Semarang* (2011).

Nurfauziah Istiqmalia, Medisita, and Iwan Erar Joesoef. "Itikad Baik Dalam Pendaftaran Merek:

- Studi Perlindungan Hukum Pemilik Merek Terkenal di Indonesia." *Jurnal Penegakan Hukum Indonesia* 2, no. 3 (2021).
- Nuriyanto, Nuriyanto. "Penyelenggaraan Pelayanan Publik Di Indonesia, Sudahkah Berlandaskan Konsep 'Welfare State'?" *Jurnal Konstitusi* 11, no. 3 (2014): 428-453.
- Ridwansyah, Rizki. "Konsep Teori Utilitarianisme Dan Penerapannya Dalam Hukum Praktis Di Indonesia." *Jurnal Pendidikan, Seni, Sains dan Sosial Humanioral* (2023): 1-11.
- Silalahi, R. "Pembangunan Industri Kreatif Sebagai Pendorong Pertumbuhan Ekonomi." *Circle Archive* (2023).
- Sindy Lita Kumala. "Perkembangan Ekonomi Berbasis Digital Di Indonesia." *Journal of Economics and Regional Science* 1, no. 2 (2022).
- Soekanto, Soerjono. "Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat" (2007).
- Sukro, Ahmad Yakub. "Perlindungan Hukum Terhadap Merek Dagang Terkenal Atas Tindakan Passing Off Pada Praktek Persaingan Usaha." *Syiar Hukum : Jurnal Ilmu Hukum* 16, no. 1 (2019).
- Tumanggor, Deynisa Bella, OK Saidin, Jelly Leviza, and Detania Sukarja. "Kepastian Hukum Perlindungan Merek Dagang Terkenal Dalam Persaingan Industri Consumer Goods (Study Kasus Gudang Garam VS Gudang Baru)." *Engineering and Technology International Journal* 4, no. 03 (2022).
- Wardani, Laksmi Kusuma. "Sebuah Konsepsi Dan Aplikasi Simbol." *Dimensi Interior* 4, no. Konsepsi dan aplikasi simbol (2006).