



# YUSTITIA

FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS NGURAH RAI

## AKIBAT HUKUM BAGI PELAKU USAHA LESLIE AURIC YANG TIDAK MENDAFTARKAN HAK MEREK DAGANG DALAM KEGIATAN USAHA

I Wayan Wahyu Wira Udytama, Kadek Mei Antari  
Fakultas Hukum Universitas Mahasaraswati Denpasar  
Email: wira.udytamafh@unmas.ac.id

### ABSTRAK

Merek sebagai Kekayaan Intelektual pada dasarnya merupakan sebuah tanda untuk mengidentifikasi asal barang dan jasa dari suatu perusahaan dengan barang dan atau jasa perusahaan lain. Merek semakin menjadi hal yang sangat urgent mengingat pesatnya perdagangan baik nasional maupun internasional dalam era globalisasi modern menjadikan merek sulit untuk dibedakan satu produk dengan produk lain untuk memberikan perlindungan merek. Merek baju Leslie Auric merupakan salah satu dari merek yang tidak mendaftarkan hak mereknya, maka sampai saat merek yang Leslie Auric ini belum ada yang menjiplak merek tersebut. Namun dampak terhadap rendahnya pemahaman pelaku bisnis merek baju yang tidak mendaftarkan merek baju mereka adalah jika nanti terjadi klaim mereka tidak bisa melakukan perlawanan terhadap klaim merek baju tersebut. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek terhadap merek baju yang tidak didaftarkan serta mengetahui akibat hukum bagi pemilik merek baju Laslie Auric yang tidak mendaftarkan merek dagangnya dalam kegiatan usaha. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian hukum empiris dan bersifat deskriptif. Peneliti menganalisis faktor – faktor yang mendukung dan menghambat keefektivitasan Undang–Undang Merek dan Perlindungan Hak Merek terdaftar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seharusnya pelaku usaha mempunyai kesadaran hukum untuk melakukan pendaftaran merek atas produknya.

**Kata Kunci :** brand, trademark registration, effectiveness, trademark protection

### ABSTRACT

*Mark as Intellectual Property is basically a sign to identify the origin of the goods and services of a company with the goods and or services of other companies. Brands are increasingly becoming a very urgent matter considering the rapid trade both nationally and internationally in the modern era of globalization, making it difficult for brands to be distinguished from one product to another to provide brand protection. The Leslie Auric clothing brand is one of the brands that does not register its trademark rights, so until now, no one has copied the brand. However, the impact on the low understanding of clothing brand business people who do not register their clothing brand is that if a claim*

*occurs they cannot fight against the clothing brand claim. The purpose of this study was to determine the effectiveness of Law Number 20 of 2016 concerning Brands against clothing brands that were not registered and to find out the legal consequences for owners of Leslie Auric clothing brands who did not register their trademarks in business activities. This research uses empirical legal research and is descriptive in nature. The researcher analyzes the factors that support and hinder the effectiveness of the Trademark Law and the Protection of Registered Mark Rights. The results of the study indicate that business actors should have legal awareness to register trademarks for their products.*

**Keywords :** brand, trademark registration, effectiveness, trademark protection

## I. PENDAHULUAN

Merek sebagai Kekayaan Intelektual pada dasarnya ialah sebuah tanda untuk mengidentifikasi asal barang dan jasa (*an indication of origin*) dari suatu perusahaan dengan barang dan/atau jasa perusahaan lain. Melalui merek pengusaha dapat menjaga dan memberikan jaminan akan kualitas (*a guarantee of quality*) barang dan/atau jasa yang dihasilkan dan mencegah tindakan persaingan yang tidak jujur dari pengusaha lain yang mempunyai itikad tidak baik pada barang dan/atau jasa yang telah dihasilkan pengusaha tersebut. Selain itu, merek sebagai sarana pemasaran dan periklanan (*a marketing and advertising device*) memberikan suatu tingkat informasi tertentu kepada konsumen mengenai barang dan/atau jasa yang telah dihasilkan pengusaha. Merek memiliki peranan penting dalam perkembangan ekonomi global, eksistensi dari merek itu sendiri berguna untuk membedakan produk yang sejenis.<sup>1</sup>

Apabila pemilik merek belum terdaftar/ tanpa izin maka dapat merugikan dirinya sendiri, disebabkan persaingan bisnis yang semakin ketat dan kemungkinan adanya penipuan atau adanya barang yang meniru dari merek tersebut. Prinsip perlindungan merek adalah membatasi barang atau jasa yang terdaftar dan dipergunakan.

Berdasarkan Pasal 21 angka 1 dan 2 Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis mengatur “bahwa sebuah permohonan akan ditolak apabila mempunyai persamaan pada pokok atau keseluruhan yaitu merek milik pihak lain untuk barang dan jasa, merek terkenal milik pihak orang lain untuk barang dan jasa atau indikasi geografis terdaftar.

Berhubung dengan banyaknya peniruan terhadap desain, logo, brand maupun merek Contoh kasusnya salah satu pengrajin endek di kabupaten buleleng yang sudah mendaftarkan salah satu Merek desainnya yang berupa desain Tugusinga Ambraraja. Bapak pengrajin ini mengeluhkan banyaknya orang-orang yang menggunakan desainnya tersebut padahal orang tersebut tidak membeli pakaian yang memiliki desain Tugusinga tersebut pada beliau pengrajin tersebut. Namun karna malah mempeributkan hal seperti ini akhirnya bapak pengrajin tersebut membiarkan orang-orang meniru Merek desainnya.<sup>2</sup>

Saat ini banyak sekali para pengusaha menjual apa yang dia jual dengan cara menjiplak karya orang lain baik berupa, desain, logo, brand maupun nama merek pengusaha lain tersebut untuk tujuan komersial tanpa meminta izin kepada pencipta atau pun pemegang hak merek atas karya tersebut. Jadi permasalahan

---

1 Rahmi Jened, 2015, *Hukum Merek (Trademark Law) Dalam Era Global & Integrasi Ekonomi*, Kharisma Putra Utama, Jakarta, hal. 3.

2 Ketut Bayu Wirayuda, 2020, “Implementasi Undang-undang No 20 Tahun 2016 tentang hak merek terhadap clothing di Kota Singaraja”, e-Journal Komunitas Yustisia Universitas Pedidikan Ganesha Program Studi Ilmu Hukum. Vol.3, No 2, hal. 146.

yang sering terjadi pelanggaran yang semakin banyak. Karena Merek yang sudah dikenal masyarakat cepat laku dipasaran sehingga akan mendatangkan keuntungan relatif besar dalam waktu yang relatif cepat. Tindakan yang mencoba meraih keuntungan melalui jalan pintas tersebut melanggar etika bisnis, norma kesusilaan, bahkan melanggar hukum. Perbuatan menggunakan Merek atau tanda semacam itu termasuk persaingan tidak sehat (*unfair competition*).<sup>3</sup>

Pemilik usaha menjalankan usahanya dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa, namun ternyata mereknya belum didaftarkan maka resiko terbesar adalah bisa saja orang lain yang tanpa hak akan mendaftarkan merek tersebut, pendaftaran merek merupakan langkah yang paling awal dan utama dalam kegiatan usaha. Akan tetapi sering kita temui dari banyak produk merek yang dibuat ada yang hampir sama bahkan menyerupai merek-merek sebelumnya tanpa tau dan mengerti bahwa merek yang dibuat sudah ada yang memiliki baik dalam barang dan jasa.<sup>4</sup>

Merek baju Leslie Auric merupakan salah satu dari merek yang tidak mendaftarkan hak mereknya, maka sampai saat merek yang Leslie Auric ini belum ada yang menjiplak merek tersebut. Namun dampak terhadap rendahnya pemahaman pelaku bisnis merek baju yang tidak mendaftarkan merek baju mereka adalah jika nanti terjadi klaim mereka tidak bisa melakukan perlawanan terhadap klaim merek baju tersebut.<sup>5</sup>

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut diatas, penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian tentang hal-hal yang berhubungan dengan : **“EFEKTIVITAS UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK TERHADAP MEREK BAJU**

## **YANG TIDAK DIDAFTARKAN DI LESLIE AURIC”.**

### **A. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas, permasalahan yang ingin di jawab dalam penelitian ini dapat di rinci sebagai berikut:

1. Bagaimanakah efektivitas Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 terkait hak merek yang tidak didaftarkan oleh pelaku usaha baju di Leslie Auric?
2. Apakah akibat hukum bagi pelaku usaha Leslie Auric yang tidak mendaftarkan hak Merek Dagang dalam kegiatan usahanya?

### **II. Metode Penelitian**

#### **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian hukum empiris. Metode penelitian hukum empiris adalah suatu metode penelitian hukum yang berfungsi untuk meneliti hukum dalam artian nyata dan meneliti bagaimana bekerjanya hukum di lingkungan masyarakat.

#### **Sifat Penelitian**

Pada tulisan ini digunakan penelitian yang bersifat deskriptif. Penelitian ini bersifat deskriptif karena penelitian ini semata-mata menggambarkan suatu objek untuk mengambil kesimpulan-kesimpulan yang berlaku secara umum.

#### **Data dan Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari dua sumber data yaitu:

#### **Sumber Data Primer**

Data primer merupakan data yang diperoleh dari penelitian lapangan yang diperoleh langsung dari sumber utama

3 A. Sonny Keraf, 1993, *Etika Bisnis – Membangun Citra Bisnis Sebagai Profesi Luhur*, Kanisius, Yogyakarta, hal. 69.

4 Agung Indriyanto dan Iرنie Mela Yusnita, 2017, *Aspek Hukum Pendaftaran Merek*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, hal. 1.

5 Insan Budi Maulana, 1997, *Sukses Bisnis Melalui Merek, Paten dan Hak Cipta*, Citra Aditya Bakti, Bandung, hal. 97.

dilapangan. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah Pemilik Merek Baju di Leslie Auric

### **Sumber Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari kepustakaan yaitu dengan meneliti bahan-bahan hukum. Dalam Penulisan ini bersumber pada peraturan perundang-undangan yang berlaku yaitu :

1. Undang-Undang Nomor. 20 Tahun 2016 tentang Indikasi dan Geografis
2. Peraturan Menteri Hukum dan HAM Nomor 67 tahun 2016 tentang pendaftaran merek

### **III. PEMBAHASAN**

Perubahan diharapkan dapat lebih memberikan kemudahan pendaftaran merek maupun pelaksanaan hukum terhadap pemilik merek Leslie Auric yang berada di Kerobokan dalam kegiatan usaha merek dagang yang tidak didaftarkan dan menjadi hal sangat penting bagi para produsen sebagai bentuk pernyataan kualitas dan pembeda dengan hasil produksi produsen lain. Didalam bidang industri merek pakaian ini kerap terjadi persaingan usaha yang sangat ketat antar produsen pakaian. Hal ini menimbulkan kesadaran diperlukannya merek sebagai jati diri dan pembeda antar produk satu dengan yang lainnya.

#### **Efektivitas Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dagang Yang Tidak Didaftarkan Di Leslie Auric**

Membicarakan tentang efektivitas hukum berarti membicarakan daya kerja hukum itu dalam mengatur atau memaksa masyarakat untuk taat terhadap hukum. Hukum dapat efektif kalau faktor-faktor yang mempengaruhi hukum tersebut dapat berfungsi dengan sebaik-baiknya. Ukuran efektif atau tidaknya suatu peraturan perundang-undangan yang berlaku dapat dilihat dari perilaku masyarakat. Suatu hukum atau peraturan perundang-undangan tersebut mencapai tujuan yang dikehendaki, maka efektivitas hukum atau peraturan perundang-undangan tersebut

telah dicapai. Ada beberapa elemen pengukur efektivitas yang tergantung dari kondisi masyarakat, yaitu:

1. Faktor penyebab masyarakat tidak mematuhi aturan walaupun peraturan yang baik
2. Faktor penyebab masyarakat tidak mematuhi peraturan walaupun peraturan sangat baik dan aparat sudah berwibawa
3. Faktor penyebab masyarakat tidak mematuhi peraturan baik petugas atau aparat berwibawa serta fasilitasnya memadai

Undang-undang Nomor 20 tahun 2016 merupakan undang-undang merek terbaru yang merupakan hasil penyempurnaan dari undang-undang sebelumnya. Banyak faktor penentu yang dapat digunakan untuk menilai keefektifan seperti yang telah diuraikan pada pembahasan efektivitas hukum. Untuk menentukan efektif atau tidak Undang-undang Nomor 20 tahun 2016 ini dikatakan efektif apabila substansi, lembaga dan penegak hukum, masyarakat dan budayanya telah sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Berikut beberapa faktor pendukung dan faktor penghambat:

#### **Faktor Penghambat:**

1. Masyarakat tidak menyadari dan tidak mengetahui Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang merek
2. Pemilik merek yang tidak mendaftarkan merek dagangnya
3. Kurangnya sosialisasi yang dilakukan
4. Lamanya waktu yang dibutuhkan untuk mendaftarkan merek

#### **Faktor Pendukung**

1. Direktorat Jendral HKI sebagai pengawas dan pelaksana pendaftaran merek
2. Website yang memudahkan pendaftaran merek
3. Pengadilan merupakan lembaga yang melaksanakan kekuasaan kehakiman, mempunyai tugas memeriksa dan mengadili
4. Lembaga Arbitrase yaitu lembaga menyelesaikan sengketa dengan menggunakan arbiter

Berdasarkan teori efektivitas yang menyatakan bahwa menurut Prof. Dr. Soerjono Soekanto, SH.MH, ditemukan beberapa faktor yang bisa mengukur tingkat keefektifan Undang-Undang No 20 Tahun 2016 Tentang Merek yaitu:

1. Faktor Hukumnya Sendiri (Undang-Undang)  
Yang dimaksud dengan hukum itu sendiri ialah Undang-Undang. Undang-Undang ialah peraturan tertulis yang berlaku umum dan dibuat oleh penguasa pusat maupun daerah yang sah.<sup>6</sup> Sebagaimana yang diketahui, pemerintah telah mengesahkan aturan khusus yaitu Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang merek,
2. Faktor Penegak Hukum  
Sistem penegak hukum sangat dipengaruhi oleh aparat penegak hukum itu sendiri. Dimana, setiap penegak hukum mempunyai kedudukan dan perannya masing-masing. Dengan kedudukan dan peranan yang dimilikinya maka, para penegak hukum dituntut untuk memiliki sikap dan perilaku profesional dalam menjalankan tugasnya. Namun, bukan tidak mustahil, bahwa antara kedudukan dan peranan yang sebenarnya, maka dapat dikatakan terjadi suatu kesenjangan peranan (*role-distance*).<sup>7</sup>
3. Faktor Sarana atau Fasilitas  
Fasilitas atau Sarana amat penting untuk mengefektifkan suatu peraturan perundang-undangan tertentu. Ruang lingkup sarana tersebut terutama sarana fisik, berfungsi sebagai faktor pendukung<sup>8</sup>. Tanpa adanya fasilitas tertentu, maka tidak mungkin penegak hukum akan berlangsung dengan lancar. Sarana atau fasilitas tersebut mencakup tenaga manusia yang berpendidikan dan terampil, organisasi

yang baik, peralatan yang memadai, keuangan yang cukup.<sup>9</sup>

4. Faktor Masyarakat  
Salah satu faktor lain juga yang mengefektifkan suatu peraturan adalah masyarakat. Yang dimaksud disini adalah kesadaran untuk mematuhi suatu peraturan perundang-undangan, yaitu yang kerap disebut derajat kepatuhan. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa derajat kepatuhan masyarakat terhadap hukum merupakan salah satu indikator berfungsinya hukum yang bersangkutan.<sup>10</sup>
5. Faktor Kebudayaan  
Faktor kebudayaan sangat berkaitan dengan kesadaran masyarakat. Sistem hukum pada dasarnya mencakup nilai-nilai yang mendasari hukum berlaku, nilai-nilai yang merupakan konsepsi-konsepsi abstrak mengenai apa yang dianggap baik dan apa yang dianggap buruk.

**a. Akibat Hukum Bagi Pelaku Usaha Leslie Auric Yang Tidak Mendaftarkan Hak Merek Dagang Dalam Kegiatan Usaha**

Suatu merek yang tidak didaftarkan, maka merek tersebut tidak memiliki perlindungan hukum. Dimana perlindungan hukum disini berperan sangat penting agar merek tersebut memiliki jaminan untuk tidak ditiru ataupun digunakan secara salah ataupun tindakan-tindakan melanggar hukum lainnya. Bapak Oliong mengatakan untuk masalah ditiru itu sudah resiko dunia fashion. Yang jadi masalah, mereknya sudah terkenal dan tidak didaftarkan merek dagangnya akan merugikan secara finansial, karena orang lain mengambil keuntungan dari terkenalnya merek untuk jualan alhasil penjualan kita akan tergerus. Kalau terdaftar kita bisa menuntut, tetapi

6 Soerjono Soekanto, *Loc. Cit*, hal. 11.

7 *Ibid*, hal, 21.

8 Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, Sinar Grafika, 2014, Jakarta, hal 36.

9 Soerjono Soekanto, *Op cit*, hal, 37.

10 Zainuddin Ali, *Op cit*, hal, 64.

untuk yang tidak terdaftar, sulit untuk dituntut ganti rugi.<sup>11</sup>

Perlindungan hukum untuk merek digunakan sebagai suatu usaha untuk memberikan hak-hak pihak yang dilindungi (dalam hal ini pihak yang memiliki hak atas merek) sesuai dengan kewajiban yang telah dilakukan. Perlindungan hukum atas merek semakin menjadi hal yang penting mengingat pesatnya perdagangan dunia dewasa ini. Sebagai pihak yang belum mendaftarkan hak atas merek, apabila terdapat tindakan yang merugikan, pemilik merek tidak dapat menempuh jalur hukum untuk menyelesaikan kasus pelanggaran merek. Sedangkan, penyelesaian kasus pelanggaran merek tersebut bertujuan agar pelaku pelanggaran merek tidak akan lagi memakai merek yang menyerupai pada pokoknya atau keseluruhannya dari merek terkenal atau bahkan menghentikan aktivitas produksinya.<sup>12</sup>

Asas pendaftaran merek di Indonesia memiliki 2 asas yaitu asas konstitutif (*first to file*) dan asas deklaratif (*first to use*), dalam pengaturan merek menganut asas *first to file system*, berarti perlindungan hukum dari sebuah merek hanya akan diberikan kepada pihak yang pertama kali mengajukan permohonan pendaftaran untuk merek tersebut. Namun pemberlakuan asas *first to file* ini tidak benar-benar mutlak, karena bisa saja pemilik merek yang telat mendaftarkan mereknya namun telah menggunakan mereknya dalam waktu yang cukup lama dapat mengajukan Gugatan Pembatalan Merek sesuai dengan Pasal 68 ayat (1) dan (2) UU No. 15 Tahun 2001 sebagai berikut:

1. Gugatan pembatalan pendaftaran Merek dapat diajukan oleh pihak yang

berkepentingan berdasarkan alasan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4, Pasal 5, atau Pasal 6.

2. Pemilik Merek yang tidak terdaftar dapat mengajukan gugatan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) setelah mengajukan Permohonan kepada Direktorat Jenderal.

Hanya orang yang didaftarkan sebagai pemilik yang dapat memakai dan memberikan orang lain hak untuk memakai (dengan sistem lisensi). Tetapi tidak mungkin orang lain memakainya. Dan jika tidak didaftar, tidak ada perlindungan sama sekali karena tidak ada hak atas merek.<sup>13</sup> Selanjutnya Istilah iktikad tidak baik dalam pendaftaran merek dapat kita temukan di dalam Pasal 4 Undang-Undang No 15 Tahun 2001 Tentang Merek yaitu: “Merek tidak dapat didaftar atas dasar Permohonan yang diajukan oleh Pemohon yang beriktikad tidak baik”.

Adapun penjelasan Pasal 4 tersebut diatas adalah Pemohon yang beriktikad baik adalah Pemohon yang mendaftarkan Mereknya secara layak dan jujur tanpa ada niat apapun untuk membonceng, meniru atau menjiplak ketenaran Merek pihak lain demi kepentingan usahanya yang berakibat kerugian pada pihak lain itu atau menimbulkan kondisi persaingan curang, mengecoh atau menyesatkan konsumen. Sebagai contoh, Merek dagang A yang sudah dikenal masyarakat secara umum sejak bertahun-tahun ditiru sedemikian rupa sehingga memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek dagang A tersebut. Dalam contoh itu sudah terjadi iktikad tidak baik dari peniru karena setidak-tidaknya patut diketahui unsur kesengajaannya dalam meniru Merek

---

11 Wawancara dengan Bapak Oliong pada, 12 Mei 2021, Leslie Auric Factory, Kerobokan, Badung, Bali, 14.00 wita.

12 Putra, F. N. D, 2014, *Perlindungan Hukum bagi Pemegang Hak atas Merek terhadap Perbuatan Pelanggaran Merek*, Journal Mimbar Keadilan, Fakultas Hukum Universitas 17 Agustus Surabaya, Vol 9, No 9, hal. 97.

13 *Ibid*, hal. 367.

Dagang yang sudah dikenal tersebut.<sup>14</sup>

Hanya permintaan yang diajukan oleh pemilik merek yang beritikad baik saja yang dapat diterima untuk didaftarkan. Dengan demikian aspek perlindungan hukum tetap diberikan kepada mereka yang beritikad baik. Pihak yang menggunakan dan meniru merek yang telah didaftarkan sebelumnya oleh pihak pemilik hak atas merek dapat menimbulkan akibat hukum berupa sanksi pidana sebagaimana pengaturan dalam Pasal 100 ayat 2 Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis yang menentukan bahwa:

“Setiap orang yang tidak memiliki hak dalam penggunaan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang atau jasa sejenis yang diproduksi maupun diperdagangkan, akan dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah)”.

#### IV. PENUTUP

##### KESIMPULAN

1. Efektifitas Undang-undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek di Leslie Auric khususnya belum berjalan efektif, penyebab tidak efektifnya Undang-Undang tersebut karena beberapa faktor, faktor Masyarakat tidak menyadari dan tidak mengetahui Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang merek, Pemilik merek yang tidak mendaftarkan merek dagangnya, Kurangnya sosialisasi yang dilakukan, Lamanya waktu yang dibutuhkan untuk mendaftarkan merek, faktor Faktor Hukumnya Sendiri (Undang-Undang), Faktor Penegak Hukum, Faktor Sarana atau Fasilitas, Faktor Masyarakat, Faktor Kebudayaan, Melihat hasil dari penelitian menyebutkan bahwa kepekaan ataupun pengetahuan pemilik merek Leslie Auric yang masih terbilang kurang dan hal ini menjadi

salah satu faktor Undang-Undang merek belum bisa dikatakan berjalan efektif.

2. Akibat Hukum merek yang tidak didaftarkan, merek tersebut tidak memiliki perlindungan hukum. Dimana perlindungan hukum disini berperan sangat penting agar merek tersebut memiliki jaminan untuk tidak ditiru ataupun digunakan secara salah ataupun tindakan-tindakan melanggar hukum lainnya. Akibat hukum apabila pihak yang menemukan merek pertama kali belum mendaftarkan mereknya kepada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI), maka pihak lain dapat mendaftarkan merek dengan nama yang sama dan pihak tersebut yang akan mendapatkan perlindungan hukum yang sah dan apabila hal tersebut terjadi maka pihak pertama yang menemukan merek akan merasa sangat dirugikan namun tidak bisa melakukan tindakan hukum karena memang belum terdaftar mereknya. Hanya orang yang didaftarkan sebagai pemilik yang dapat memakai dan memberikan orang lain hak untuk memakai (dengan sistem lisensi). Tetapi tidak mungkin orang lain memakainya, Dan jika tidak didaftar, tidak ada perlindungan sama sekali karena tidak ada hak atas merek.

##### Saran

1. Bagi pelaku usaha merek baju Leslie Auric diharapkan lebih memahami tentang Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang merek dan pentingnya pendaftaran merek bagi pelaku usaha sehingga tercapainya keefektifan Undang-Undang Merek tentang pentingnya pendaftaran merek, perlindungan hukum tentang merek, dan kesadaran hukum bagi pelaku usaha dalam melindungi produk pakaian
2. Pelaku usaha seharusnya mempunyai kesadaran hukum untuk melakukan pendaftaran merek atas produknya,

14 <https://ambadar.co.id/knowledge-base/itikad-tidak-baik-dalam-pendaftaran-merek/Istilahitikadtidakbaikdalam,Pemohonyangberiktikadtidakbaik%E2%80%9D>

. diakses pada 26 Mei 2021, 19.00 wita

apabila produk yang dihasilkan tidak memiliki perlindungan hukum yang sah maka tidak tertutup kemungkinan bahwa kedepannya ada pihak-pihak yang beritikad tidak baik dan melakukan tindakan yang dapat merugikan pelaku usaha tersebut. Apabila hal tersebut terjadi maka pihak pertama yang menemukan merek akan merasa sangat dirugikan namun tidak bisa melakukan tindakan hukum karena memang belum terdaftar mereknya.

**Peraturan Perundang-Undangan**  
Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016  
tentang Merek dan Indikasi Geografis

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang-Undang Nomor 15 tahun 2001  
tentang Merek

Permenkumham Nomor 67 tahun 2016  
tentang Pendaftaran Merek

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

Ali Zainuddin, Metode Penelitian Hukum,  
Sinar Grafika, 2014, Jakarta

Budi Maulana Insan, Sukses Bisnis  
Melalui Merek, Paten dan Hak  
Cipta, Bandung: Citra Aditya Bakti,  
1997

Jened Rahmi, Hukum Merek (Trademark  
Law) Dalam Era Global & Integrasi  
Ekonomi, Kharisma Putra Utama,  
2015, Jakarta

Keraf A. Sonny, Etika Bisnis –  
Membangun Citra Bisnis Sebagai  
Profesi Luhur, Kanisius, Yogyakarta,  
1993

### Jurnal

Wirayuda Bayu Ketut, Implementasi  
Undang-undang No 20 Tahun  
2016 tentang hak merek terhadap  
clothing di Kota Singaraja, e-Journal  
Komunitas Yustisia Universitas  
Pedidikan Ganesha Program Studi  
Ilmu Hukum. Vol.3, No 2, Tahun  
2020

### Internet

<https://ambadar.co.id/knowledge-base/itikad-tidak-baik-dalam-pendaftaran-merek/Istilahitikadtidakbaikdalam,Pemohonyangberitikadtidakbaik%E2%80%9D>. diakses pada 26 Mei 2021, 19.00 wita