

# PENGUNAAN SINGKATAN NAMA SEBAGAI MEREK KAITANNYA TERHADAP PENYELESAIAN SENGKETA KEPEMILIKAN MEREK SESUAI DENGAN UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS

Ade Irma Cendikia Hastami

E-mail: adeirmacendikia.hastami@gmail.com

Mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta

Yudho Taruno Muryanto

E-mail: yudhotaruno@staff.uns.ac.id

Universitas Sebelas Maret Surakarta

---

## Article Information

**Keywords:** Brand Dispute  
Resolution; Brand Rights; Name  
Abbreviations

**Kata Kunci:** Hak Merek;  
Penyelesaian Sengketa Merek;  
Singkatan Nama

---

## Abstract

*This article aims to describes and examines problems, first, to examine the use of name abbreviations as brands in Trademark Law No. 20/2016. Second, explain the types of the resolutions of brand ownership disputes. This type of research is normative legal research, which is prescriptive and use statutory research approach and case approach. The data used in this research are secondary data in the form of primary and secondary legal materials. Data collection techniques using library research. The data analysis technique used the deduction method. The results of this study show the regulation about the use of name abbreviations in a brand, in the Trademark Law. What kind of name abbreviations are prohibited so it can cause legal consequences for the brand registration. Then, regarding to the resolution of a brand ownership dispute the parties may use either a litigation or non-litigation (alternative dispute resolution) way that already state in Articles 83 to 93 of Law 20/2016. However, related to the use of name abbreviation of a country or national or international institution is specifically mention in Article 21 paragraph (2) letter b.*

## Abstrak:

Artikel ini bertujuan untuk memberi penjelasan dan mengkaji permasalahan, *pertama*, mengkaji mengenai penggunaan singkatan nama sebagai merek dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. *Kedua*, menjelaskan mengenai macam-macam penyelesaian sengketa kepemilikan merek. Jenis penelitian ini adalah penelitian hukum normatif, yang bersifat preskriptif serta menggunakan pendekatan penelitian perundang-undangan (*statue approach*) dan pendekatan kasus (*case approach*). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder meliputi bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Teknik pengumpulan bahan hukum dengan studi

kepastakaan (*library research*). Teknik analisis data dengan metode deduksi. Hasil penelitian ini menunjukkan bagaimana pengaturan terkait dengan penggunaan singkatan nama dalam suatu merek di dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Penggunaan singkatan nama yang seperti apa yang dilarang sehingga menimbulkan akibat hukum terhadap pendaftaran suatu merek. Kemudian, dalam hal menyelesaikan sengketa kepemilikan merek para pihak dapat menggunakan cara litigasi maupun non-litigasi atau alternatif penyelesaian sengketa sebagaimana telah diatur di dalam Pasal 83 sampai dengan 93 UU 20/2016. Namun, terkait dengan penggunaan singkatan nama suatu negara atau lembaga nasional maupun internasional diatur secara khusus dalam Pasal 21 ayat (2) huruf b.

---

## **A. Pendahuluan**

Di Indonesia, peran industri kreatif dalam ekonomi Indonesia cukup signifikan. Berdasarkan data statistik ekonomi kreatif tahun 2016 yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik menunjukkan, dalam kurun waktu 2010-2015, besaran PDB ekonomi kreatif naik dari Rp525,96 triliun menjadi Rp852,24 triliun (meningkat rata-rata 10,14% per tahun). Maka dari itu, Indonesia harus mengambil langkah yang tepat untuk mengantisipasi perkembangan global sehingga tujuan nasional dapat tercapai, salah satunya dengan cara membuat regulasi terkait dengan Hak Kekayaan Intelektual. Fakta bahwa potensi pasar karya kreatif di dalam dan luar negeri sangat besar dan memiliki kecenderungan terus berkembang, semakin memperkuat alasan pentingnya perlindungan hak kekayaan intelektual (HKI) atas produk ekonomi kreatif, dengan tujuan agar pencetus ide kreatif dan inovasi tersebut mendapatkan manfaat ekonomi atas karya intelektualnya (Rongiyati, 2018:40). Apabila tidak diimbangi dengan masalah kepastian, perlindungan serta penegakan hukum maka pembangunan nasional yang dicita-citakan tidak akan dapat tercapai, malah akan mengakibatkan ekonomi Negara semakin merosot (Gultom, 2018:1).

Hak atas merek merupakan salah satu bentuk hak kekayaan intelektual. Dijelaskan dalam Pasal 1 ayat (5) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (selanjutnya disebut UU 20/2016) bahwa hak atas merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya. Berdasarkan pada ketentuan tersebut pemilik merek dapat mengembangkan usahanya tanpa khawatir bahwa nantinya mereknya akan diklaim atau ditiru oleh pihak lain. Suatu perusahaan dapat membangun karakteristik produk yang dipasarkannya melalui merek. Melalui merek diharapkan sebuah perusahaan akan dapat membentuk reputasi bisnis yang baik dan membangun persepsi positif kepada konsumennya atas penggunaan produk dari merek tersebut. Oleh karena itu, suatu merek bisa mengakibatkan timbulnya persaingan usaha yang tidak sehat karena melalui merek suatu produk barang maupun jasa dapat dibedakan kualitas, bahan baku, karakteristik,

serta keterjaminan bahwa produk yang dipasarkan orisinal. Maka dari itu diperlukan pengaturan yang sangat memadai tentang merek yang bisa memberikan peningkatan layanan bagi masyarakat luas (Saidin, 2015:329).

Seiring dengan semakin pesatnya perkembangan zaman, banyak perusahaan saling berlomba-lomba mengunggulkan nama mereknya. Nama-nama merek yang didaftarkan semakin unik dan kreatif agar dapat menarik konsumennya, salah satunya dengan menggunakan singkatan nama dalam mereknya. Tidak sedikit merek yang digunakan perusahaan-perusahaan multinasional maupun lokal terkenal di kalangan masyarakat karena pelafalannya yang unik dan mudah diingat, seperti merek makanan *fast food* terkenal yaitu KFC alias *Kentucky Fried Chicken*, merek barang-barang elektronik Intel alias *Integrated Electronics* dan HTC alias *High Tech Computer Corporation*, hingga merek mobil mewah yaitu BMW alias *Bayerische Motoreen Werke Aktiengesellschaft*.

Namun, adanya penggunaan singkatan nama sebagai merek justru menimbulkan polemik baru pada pelanggaran merek. Hal ini dapat ditinjau dari salah satu artikel milik Endrio Dinovansyah yang berjudul “Perlindungan Hukum Terhadap Singkatan Nama Orang Terkenal “Bensu” Yang di Daftarkan Menjadi Merek” menjelaskan bahwa kata “bensu” merupakan singkatan nama orang terkenal yang sudah melekat pada diri seseorang seharusnya tidak dapat didaftarkan, tetapi hal ini tidak selaras dengan penerapannya (Endrio Dinovansyah, 2019:8). Artikel lainnya milik Arif Rohman dengan judul “Analisis Persamaan Merek Terkenal yang Tidak Sejenis ditinjau dari Hukum Merek” yang membahas kasus dengan nomor perkara 29 PK/Pdt.Sus-HKI/2016 mengenai polemik penggunaan singkatan nama “BMW” antara merek Bayerische Motoreen Werke Aktiengesellschaft dan Body Man Wear (Arif Rohman, 2017:2).

Berdasarkan uraian diatas, artikel ini membahas mengenai Penggunaan Singkatan Nama Sebagai Merek Kaitannya terhadap Penyelesaian Sengketa Kepemilikan Merek Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

## **B. Metode Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian normatif yang bersifat preskriptif. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan perundang-undangan (*statue approach*) dan pendekatan kasus (*case approach*). Jenis data yang digunakan adalah data sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi kepustakaan dan teknik analisis data dengan metode deduksi.

## **C. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

### **1. Pengaturan Mengenai Merek dan Hak Atas Merek**

Pada tingkat internasional Hak Kekayaan Intelektual (selanjutnya disebut haki) diatur dalam perjanjian *Trade Related Aspects on Intellectual Property Rights* (selanjutnya disebut *TRIPs*) yang merupakan standar pengaturan hak kekayaan intelektual yang

disepakati oleh negara-negara anggota *World Trade Organization*. *TRIPs Agreement* memiliki tujuan umum dan fundamental yakni untuk mengurangi distorsi dan hal-hal yang menyulitkan kemajuan bagi perdagangan internasional (*to reduce distortions and impediments to international trade*). Selain *TRIPs*, perlindungan merek secara internasional diatur juga dalam Konvensi Paris. Beberapa catatan penting mengenai isi dari *Paris Union Convention* yaitu sebagai berikut (Saidin, 2015: 434-436).

a. Kriteria Pendaftaran

Pasal 6 menetapkan bahwa persyaratan pengajuan dan pendaftaran merek dagang ditentukan oleh undang-undang setempat masing-masing negara anggota.

b. Hilangnya merek dagang karena tidak digunakan

Konvensi ini juga menetapkan suatu ketentuan bahwa hak-hak merek dagang dapat hilang sebagai akibat tidak digunakannya selama jangka waktu tertentu, jika masalah tidak digunakan tersebut memang tidak dibenarkan

c. Perlindungan khusus bagi merek-merek terkenal

Merek-merek dagang terkenal dapat didaftar untuk barang-barang yang sama atau serupa oleh pihak lain selain pihak pemegang merek dagang asli. Permohonan pendaftaran tersebut harus ditolak atau dibatalkan oleh negara anggota, baik *ex officio* ataupun atas permohonan pemegang pendaftaran merek dagang

d. Merek dagang jasa dan merek dagang kolektif

Merek dagang kolektif adalah merek dagang yang digunakan untuk barang-barang hasil produksi suatu usaha tertentu, tapi berlaku sebagai merek dagang jaminan atau *hallmark* atas barang-barang hasil produksi atau yang disalurkan oleh jenis-jenis usaha tertentu atau atas barang-barang yang memiliki mutu khusus, misalnya *The International Wool Trade Mark*.

e. Pengalihan

Konvensi Paris agak bersikap mendua dalam hal pengalihan merek dagang. Di beberapa negara anggota, seperti Benelux, suatu merek dagang dapat dialihkan tanpa diikuti usaha pemilik merek dagang tersebut.

Perjanjian internasional lainnya mengenai merek adalah *Madrid Agreement* (1891) yang direvisi di Stockholm tahun 1967. Dalam *Madrid Agreement* ditentukan bahwa *Madrid Agreement* berhubungan dengan perjanjian hak merek dagang melalui pendaftaran merek dagang internasional, yang berdasarkan pendaftaran di negara asal. Pendaftaran internasional tersebut memungkinkan diperolehnya perlindungan merek dagang seluruh negara anggota *Madrid Agreement* melalui satu pendaftaran saja. Hal tersebut dimaksudkan untuk menghindari pemberitahuan asal barang secara palsu (Echa Cristi, 2020:19).

Di Indonesia, merek pertama kali diatur dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 tentang Merek Dagang dan Merek Perniagaan. Prinsip utama yang diatur dalam

undang-undang ini adalah hak merek yang diperoleh melalui pemakaian pertama kali (*first to use*). Namun, setelah adanya ratifikasi Konvensi Pembentukan WTO yang memuat ketentuan *Trade Related Aspects on Intellectual Property Rights (TRIPs)* diperlukan penyempurnaan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek sebagaimana diubah melalui Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek tetapi, pengaturan dan penyempurnaan tentang merek masih dianggap tidak praktis. Sehingga peraturan tersebut diganti dan dicabut dengan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek yang kemudian diperbarui dan disempurnakan lagi dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Indonesia juga melakukan ratifikasi *Madrid Protocol* melalui Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 2018 tentang Pendaftaran Merek Internasional Berdasarkan Protokol Terkait dengan Persetujuan Madrid Mengenai Pendaftaran Merek Secara Internasional. Dengan adanya ratifikasi tersebut maka merek internasional semakin dipermudah untuk melakukan pendaftaran di Indonesia.

## **2. Pengaturan Penggunaan Singkatan Nama Sebagai Merek dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016**

Terkait dengan pengaturan penggunaan singkatan nama sebagai merek diatur dalam Pasal 21 ayat (2) huruf b UU 20/2016 yaitu:

*“Permohonan ditolak jika merek tersebut:....b. merupakan tiruan atau menyerupai nama atau singkatan nama, bendera, lambang atau simbol atau emblem suatu negara, atau lembaga nasional maupun internasional, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang....”*

Apabila isi pasal tersebut ditelaah lebih dalam, UU 20/2016 mengatur secara tegas bahwasanya suatu merek yang menggunakan singkatan nama suatu negara ataupun lembaga nasional maupun internasional maka ditolak pendaftarannya kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang atas singkatan nama tersebut, yaitu Presiden, Perdana Menteri, ataupun pimpinan atau kepala lembaga nasional atau internasional yang dimaksud, seperti NKRI alias Negara Kesatuan Republik Indonesia, TNI alias Tentara Negara Indonesia, dan lain sebagainya.

Berdasarkan dari analisis tersebut, dapat di tarik kesimpulan bahwa singkatan nama yang mengandung unsur nama umum seperti nama produk, nama perusahaan dan lainnya boleh dipergunakan sebagai merek, kecuali bagi pendaftar merek yang meniru atau menyerupai singkatan nama suatu negara ataupun lembaga nasional atau internasional maka wajib baginya untuk mendapatkan persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang. Selain itu, para pendaftar juga tidak boleh menyalahi ketentuan-ketentuan lainnya dalam pendaftaran merek seperti yang telah dijabarkan dalam Pasal 20 dan Pasal 21 UU 20/2016. Hal ini ditunjukkan dengan banyaknya perusahaan multinasional maupun lokal yang mendaftarkan mereknya dengan menggunakan singkatan nama dan diterima

pendaftarannya oleh Dirjen HAKI, seperti KFC alias *Kentucky Fried Chicken*, HBO alias *Home Box Office*, Intel alias *Integrated Electronics*, HTC alias *High Tech Computer Corporation*, BNI alias Bank Negara Indonesia, hingga BMW alias *Bayerische Motoreen Werke Aktiengesellschaft* juga diterima.

Akan tetapi, kembali lagi, pada dasarnya pemeriksa di Kantor Direktorat Merek pada Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual yang akan melakukan pengecekan atau pemeriksaan substantif terhadap setiap permohonan pendaftaran merek dan memutuskan apakah nama tersebut mengandung persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya atau tidak dengan merek yang telah didaftarkan.

### 3. Pendaftaran Merek Sebagai Upaya Perlindungan Hukum Preventif

Pendaftaran merek merupakan salah satu cara pemilik merek untuk melakukan perlindungan hukum merek secara preventif. Tujuannya adalah meminimalisasi peluang terjadinya pelanggaran merek dagang. Perlindungan hukum atas merek secara preventif dilakukan melalui pendaftaran merek. Langkah ini difokuskan pada pengawasan pemakaian merek, perlindungan terhadap hak eksklusif pemegang hak atas merek dagang terkenal asing, dan anjuran-anjuran kepada pemilik merek untuk mendaftarkan mereknya (Hery Firmansyah, 2011:67). Hukum harus memberi perlindungan yang berkekuatan kepada pemilik merek, di samping mampu mencegah setiap perbuatan pihak lain, yang tanpa hak memakai merek yang sama atau mengandung persamaan dengan merek terdaftar. Perlindungan hukum itu berfungsi untuk melindungi suatu hak merek yang dilakukan orang-orang yang tidak bertanggung jawab (Agung Sudjatmiko, 2000:349).

Mengacu pada peraturan perundang-undangan mengenai merek di Indonesia yaitu Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, perlindungan hukum atas merek diberikan dengan dilakukannya pendaftaran merek karena adanya sistem konstitutif atau *first to file* yang dianut. Prinsip *first to file* dianut dalam sistem perlindungan merek di Indonesia membuat siapa pun baik perseorangan maupun badan hukum yang pertama kali mendaftarkan suatu merek untuk kelas dan jenis barang/jasa tertentu, dianggap sebagai pemilik hak atas merek yang bersangkutan untuk kelas dan jenis barang/jasa tersebut (Aisyah, 2017:85). Asas *first to file principle* dalam sistem konstitutif bukan tanpa kelemahan, asas ini tentunya memiliki kelemahan seperti membuka peluang timbulnya pembajakan suatu merek terutama selaku merek dagang yang dimiliki pihak asing. Artinya, banyak merek terkenal yang didaftarkan oleh *bad applicant* (pendaftar yang beritikad tidak baik) (Abdurrahman, 2020:440). Tidak semua merek yang didaftarkan dapat diterima dan mendapatkan lisensi merek. Ada pula merek yang tidak dapat didaftarkan dan ditolak pendaftarannya, sebagaimana telah disebutkan dalam Pasal 20 sampai dengan 21 UU 20/2016.

Pendaftar terdahulu atau pertama suatu merek berhak atas suatu merek. Melalui pendaftaran inilah timbul hak atas merek dan pihak terdahulu yang mendaftarkannya



adalah satu-satunya yang berhak atas kepemilikan suatu merek. Dengan kata lain, apabila merek tersebut tidak didaftarkan maka tidak ada perlindungan baginya sama sekali, sebab tidak ada hak atas merek. Siapa pun dapat mendaftarkan merek tersebut dan jika pendaftaran merek diterima maka pendaftar merek memiliki kedudukan hukum sebagai pemegang hak atas merek. Setiap merek terdaftar mendapat perlindungan hukum dalam jangka waktu 10 (sepuluh) tahun dan berlaku surut sejak tanggal penerimaan pendaftaran merek yang bersangkutan. Tidak boleh ada pihak lain yang melanggar hak atas merek tersebut selama 10 (sepuluh) tahun.

#### **4. Penyelesaian Sengketa Apabila Terjadi Sengketa Penggunaan Nama Singkatan Sebagai Merek**

Konflik berarti adanya oposisi atau pertentangan antara orang-orang, kelompok-kelompok atau badan hukum-badan hukum terhadap satu objek permasalahan, yang menimbulkan akibat hukum antara satu dengan yang lain (Winardi, 2007:1). Penyelesaian sengketa adalah suatu proses yang ditempuh untuk menyelesaikan pertikaian, perselisihan atau konflik. Penyelesaian sengketa dalam kepemilikan merek dinilai penting karena merek sendiri memiliki peranan besar terhadap reputasi perusahaan yang menggunakannya.

Dalam menyelesaikan sengketa pelanggaran merek dapat dilakukan dengan mengajukan gugatan ke Pengadilan Niaga oleh pihak yang berkepentingan. Adapun yang dimaksud dengan “pihak yang berkepentingan” adalah pemilik merek yang sah atau terdaftar, jaksa, yayasan atau lembaga di bidang konsumen, dan majelis atau lembaga keagamaan (Pratama, 2014:5). Namun, terdapat ketentuan baru dalam UU 20/2016 bahwa jalur non-litigasi atau alternatif penyelesaian sengketa juga dapat dilakukan untuk menyelesaikan sengketa kepemilikan merek. Hal ini direkomendasikan sebagai sarana untuk menyelesaikan sengketa karena jangka waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan sengketa lebih singkat dibanding dengan penyelesaian sengketa melalui pengadilan (Putri, 2018:44). Semua masalah yang berkenaan pada timbulnya sengketa dalam UU 20/2016 dapat diselesaikan dengan dua cara tersebut.

Penjelasan lebih lanjut mengenai penyelesaian sengketa melalui jalur litigasi, Pasal 83 UU 20/2016 menjelaskan bahwa pemilik merek terdaftar dan/atau penerima lisensi merek 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 berupa gugatan ganti dan/atau penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek tersebut. Gugatan dapat pula diajukan oleh pemilik merek terkenal berdasarkan putusan pengadilan kepada Pengadilan Niaga. Sedangkan Pasal 93 UU 20/2016 menawarkan opsi bahwa selain melalui persidangan para pihak dapat menyelesaikan sengketa melalui arbitrase atau alternatif penyelesaian sengketa. UU 20/2016 ini tidak menjelaskan mengenai prosedur pengajuannya dan hanya menyebutkan bahwa alternatif penyelesaian sengketa yang dimaksud antara lain negosiasi, mediasi, konsiliasi, dan cara lain yang dipilih oleh para pihak.

Penyelesaian sengketa merek telah diatur secara jelas dan tegas dalam Pasal 83 sampai dengan Pasal 93 UU 20/2016. Namun, ada hal khusus lainnya yang diatur dan disebutkan dalam Pasal 21 ayat (2) huruf b UU 20/2016 yang berbunyi,

*“Permohonan ditolak jika merek tersebut:....b. merupakan tiruan atau menyerupai nama atau singkatan nama, bendera, lambang atau simbol atau emblem suatu negara, atau lembaga nasional maupun internasional, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang....”*

Secara tersirat, ayat tersebut menjelaskan apabila terdapat merek yang meniru ataupun menyerupai singkatan nama suatu negara ataupun lembaga nasional maupun internasional, maka dapat diselesaikan dengan cara mendapatkan persetujuan tertulis dari yang pihak yang berwenang. Yang mana berarti pihak yang mendaftarkan merek tersebut harus meminta persetujuan langsung kepada pimpinan suatu negara ataupun pimpinan suatu lembaga nasional maupun internasional, barulah merek tersebut dapat didaftarkan.

#### **D. Simpulan**

Berdasarkan pada analisis di atas maka disimpulkan bahwa suatu merek yang menggunakan singkatan nama produk, nama perusahaan atau nama umum lainnya dapat digunakan dan didaftarkan sebagai merek. Pengaturan terkait dengan penggunaan singkatan nama sebagai merek, diatur dalam Pasal 21 ayat (2) huruf b Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang dijelaskan secara tegas bahwa merek ditolak pendaftarannya apabila menggunakan singkatan nama suatu negara atau lembaga nasional maupun internasional kecuali atas persetujuan pihak yang berwenang. Dalam hal penyelesaian sengketa kepemilikan merek termasuk sengketa dalam hal penggunaan singkatan nama sebagai merek sesuai dengan Pasal 83 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, dapat dilakukan secara litigasi dan non-litigasi, sebagaimana telah disebutkan dalam Pasal 83 sampai dengan 93 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Selain kedua cara tersebut, diatur secara khusus pada Pasal 21 ayat (2) huruf b yaitu bagi pendaftar merek yang menggunakan singkatan nama suatu negara atau lembaga nasional maupun internasional maka wajib mendapat persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang.

#### **E. Saran**

Pemerintah khususnya Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual diharap dapat menjelaskan secara rinci terkait dengan persyaratan pendaftaran merek dalam pengaturan yang berlaku yaitu Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 maupun peraturan-peraturan tambahan lainnya agar dapat menjadi pedoman bagi para pendaftar dan pemilik merek. Selain itu, juga dalam hal pemeriksaan substantif dan pemeriksaan formal agar dapat diseleksi dengan tegas dan teliti terkait merek-merek yang dapat diterima dan ditolak pendaftarannya, untuk menjamin kepastian perlindungan hukum merek.



## F. Daftar Pustaka

### Buku

- Hery Firmansyah. 2011. *Perlindungan Hukum terhadap Merek*. Yogyakarta: Pustaka Yustisia.
- OK Saidin. 2007. *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Right)*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Winardi. 2007. *Manajemen Konflik (Konflik Perubahan dan Pengembangan)*. Bandung: Mandar Maju.

### Jurnal

- Agung Sudjatmiko. 2000. "Perlindungan Hukum Hak atas Merek". *Jurnal Yuridika*. Volume 15, Nomor 5. Agustus-September 2000. Surabaya: Fakultas Hukum Universitas Airlangga.
- Humaedi Abdurrahman. 2020. "Asas First to File Principal dalam Kasus Hak Merek Nama Terkenal Benu". *Aktualita*. Volume 3 Nomor 1. Bandung: Pascasarjana Unisba.
- Meli Hertati Gultom. 2018. "Perlindungan Hukum bagi Pemegang Hak Merek Terdaftar". *Jurnal Warta Dharmawangsa*. Volume 56, Nomor 1. April 2018. Medan: Universitas Dharmawangsa.
- Nur Aisyah, Lindati Dwiati & Kasmawati. 2017. "Penyelesaian Sengketa Kepemilikan Merek Dagang antara Perusahaan dan Direktur". *Pactum Law Journal*. Volume 1, Nomor 1. Agustus 2017. Lampung: Universitas Lampung.
- Putu Hendra Pratama. 2014. "Perlindungan Hukum Pemilik Merek Terdaftar dan Relevansinya terhadap Pratik Persaingan Usaha Tidak Sehat". *Jurnal Kertha Semaya*. Volume 2 Nomor 2. Bali: Fakultas Hukum Universitas Udayana.
- Sulasi Rongiyati. 2018. "Pelindungan Hukum Hak Kekayaan Intelektual". *Jurnal Negara Hukum*. Volume 9, Nomor 1. Juni 2018. Jakarta: P3DI Sekjen DPR Republik Indonesia.

### Skripsi

- Arif Rohman. 2017. "Analisis Persamaan Merek Terkenal yang Tidak Sejenis ditinjau dari Hukum Merek". *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Dheka Ermelia Putri. 2018. "Penerapan online Dispute Resolution (ODR) dalam Penyelesaian Sengketa Nama Domain Internasional". *Skripsi*. Lampung: Fakultas Hukum Universitas Lampung.
- Echa Cristi. 2020. "Perlindungan Hukum terhadap Pemilik Hak Atas Merek Berdasarkan Sistem First to File Principle (Studi Kasus: Putusan Mahkamah Agung Nomor 32 PK/Pdt.Sus-HKI/2018)". *Skripsi*. Bandar Lampung: Universitas Bandar Lampung.
- Endrio Dinovansyah. 2019. "Perlindungan Hukum terhadap Singkatan Nama Orang Terkenal "Benu" yang di Daftarkan Menjadi Merek". *Skripsi*. Jakarta: Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

## **Peraturan Perundang-Undangan**

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

## **Konvensi**

Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights.

Madrid Protocol (International Trademark Registrations).

Paris Convention for The Protection of Industrial Property.