

**PERLINDUNGAN MEREK LAVERANA TERHADAP HAK KONSUMEN  
DALAM KASUS PEMBATALAN MEREK BERDASARKAN UNDANG-  
UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI  
GEOGRAFIS**

***LAVERANA TRADEMARK PROTECTION AGAINST CONSUMER RIGHTS  
IN THE CASE OF TRADEMARK CANCELLATION BASED ON LAW  
NUMBER 20 OF 2016 CONCERNING TRADEMARKS AND  
GEOGRAPHICAL INDICATIONS***

**Muhammad Ryo Agustian, Yuniar Rahmatiar dan Muhamad Abas**

**Fakultas Hukum Universitas Buana Perjuangan Karawang**

Email : [hk20muhammadagustian@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:hk20muhammadagustian@mhs.ubpkarawang.ac.id)

Citation Structure Recommendation :

Agustian, Muhammad Ryo, Yuniar Rahmatiar dan Muhamad Abas. *Perlindungan Merek Laverana Terhadap Hak Konsumen dalam Kasus Pembatalan Merek Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis*. Rewang Rencang : Jurnal Hukum Lex Generalis. Vol.5. No.4 (2024).

**ABSTRAK**

Ada peluang bagi produsen yang tidak jujur untuk memanfaatkan merek-merek terkenal karena meningkatnya permintaan barang-barang bermerek internasional di Indonesia. Berdasarkan ketentuan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, penelitian ini mengkaji perlindungan merek terkenal dan hak-hak konsumen terkait pencabutan merek karena itikad buruk. Berdasar Putusan 557 K/Pdt.Sus-HKI/2016 dan Undang-Undang Merek, penelitian ini mempertanyakan bagaimana pengadilan menilai perlindungan merek dan hak-hak konsumen terhadap pencabutan merek dagang. Studi kasus berpusat pada sengketa merek dagang yang melibatkan Irawan Gunawan dan Laverana GmbH & Co.KG. Penelitian ini menggunakan pendekatan yudisial kualitatif dan normatif untuk mengevaluasi konsekuensi hukum dari pendaftaran merek dengan itikad buruk dan dampaknya terhadap konsumen serta pemilik merek. Hasil Kesimpulan menunjukkan bahwa perlindungan hukum terhadap merek terkenal esensial untuk mencegah kerugian yang diakibatkan oleh praktik bisnis yang tidak etis. Putusan Nomor 557 K/Pdt.Sus-HKI/2016 menegaskan pentingnya pertimbangan hakim dalam menegakkan keadilan serta melindungi hak kekayaan intelektual, dengan memutuskan pembatalan merek terduga yang terbukti mendaftarkan merek secara curang. Penelitian ini menggaris bawahi pentingnya tanggung jawab sosial dan etika dalam dunia usaha untuk menciptakan persaingan yang sehat dan berkeadilan.

**Kata Kunci: Perlindungan Merek, Pendaftaran Itikad Tidak Baik, Hak Konsumen**

**Muhammad Ryo Agustian, Yuniar Rahmatiar dan Muhamad Abas**  
*Perlindungan Merek Laverana Terhadap Hak Konsumen dalam Kasus Pembatalan Merek Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis*

**ABSTRACT**

*The phenomenon of increased purchases of foreign-branded goods in Indonesia opens opportunities for unscrupulous producers to misuse well-known trademarks. This study discusses the legal protection of famous trademarks and consumer rights in the context of trademark cancellation due to bad faith, based on Law No. 20 of 2016 on Trademarks and Geographical Indications. The trademark dispute case between Laverana GmbH & Co.KG and Irawan Gunawan serves as the focal point of the analysis. This research employs a qualitative method and a normative juridical approach to evaluate the legal consequences of trademark registration with bad faith and its impact on consumers and trademark owners. The analysis results indicate that legal protection for famous trademarks is essential to prevent losses caused by unethical business practices. Decision No. 557 K/Pdt.Sus-HKI/2016 underscores the importance of judicial consideration in upholding justice and protecting intellectual property rights by ruling the cancellation of the defendant's trademark, which was found to be registered deceitfully. This study emphasizes the significance of social responsibility and ethics in the business world to create healthy and fair competition.*

**Keywords:** *Trademark Protection, Bad Faith Registration, Consumer Rights*

## **A. PENDAHULUAN**

Produsen yang tidak bermoral memanfaatkan fakta bahwa konsumen Indonesia tertentu lebih suka membeli barang-barang bermerek asing dengan memasukkan nama-nama terkenal ini ke dalam produk mereka sendiri. Alih-alih menggunakan merek dagang baru yang mungkin tidak dikenal atau disukai masyarakat, produsen yang tidak jujur dapat meraup keuntungan besar dari penggunaan nama yang sudah dikenal.

Perlindungan merek merupakan aspek penting dalam dunia bisnis, khususnya di era globalisasi yang ditandai dengan meningkatnya persaingan dan inovasi. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis memberikan kerangka hukum yang jelas mengenai hak atas merek dan perlindungan terhadap konsumen. Salah satu isu krusial dalam perlindungan merek adalah fenomena pembatalan merek yang sering kali dipicu oleh tindakan itikad tidak baik dari pihak-pihak tertentu.

Pembatalan pendaftaran merek terkenal dapat menimbulkan dampak signifikan, baik bagi pemilik merek maupun konsumen. Konsumen yang telah terbiasa dengan produk dan layanan dari merek terkenal sering kali mengaitkan kualitas dan kepercayaan dengan merek tersebut. Jika pendaftaran merek dibatalkan, konsumen bisa terjebak dalam produk atau layanan yang tidak memenuhi standar yang mereka harapkan. Hal ini bisa mengakibatkan kerugian finansial, kehilangan kepercayaan, dan bahkan masalah kesehatan jika produk tersebut berkaitan dengan barang konsumsi.

Sebagai hasil dari tren globalisasi terkini, kebahagiaan konsumen kini diukur tidak hanya dari kualitas produk atau layanan yang dibeli, tetapi juga dari tingkat kepuasan mereka terhadap keandalan merek yang memasoknya. Persiapan makanan. Sudah menjadi pengetahuan umum bahwa kedudukan sosial seseorang dapat terungkap dari merek barang dan layanan yang mereka gunakan. Penjual yang tidak bermoral mungkin memanfaatkan hal ini dengan menawarkan produk dengan nama yang sama tetapi kualitasnya lebih buruk, menipu pelanggan agar membeli barang palsu.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Aulia Muthiah, *Aspek Hukum Dagang dan Pelaksanaannya di Indonesia*, Penerbit Pustaka Baru Press, Yogyakarta, 2016, p.158.

**Muhammad Ryo Agustian, Yuniar Rahmatiar dan Muhamad Abas**  
*Perlindungan Merek Laverana Terhadap Hak Konsumen dalam Kasus Pembatalan Merek Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis*

Banyak orang akan kehilangan uang dan menghadapi masalah hukum karena seseorang menggunakan merek dagang terkenal yang tidak berhak didaftarkan oleh siapa pun. Pemilik merek terdaftarlah yang pertama dan terutama menderita akibat praktik yang tidak adil ini. Kelompok konsumen yang membeli dan menggunakan versi palsu dari merek populer merugikan pesaing dan pemangku kepentingan lainnya. Produk yang terlibat dalam perilaku menyesatkan atau menipu harus dilindungi demi kepentingan publik. Dalam hal merek terkenal, pemerintah atau negara adalah pemain kuncinya. Negara tidak hanya akan kehilangan biaya distribusi, tetapi reputasinya di luar negeri juga akan terpukul karena merek terkenal tersebut.<sup>2</sup>

Penyalahgunaan merek dagang merupakan praktik umum dalam upaya untuk mendongkrak penjualan merek barang tertentu. Pendaftaran merek dagang merupakan taktik umum bagi para pebisnis yang tidak jujur yang ingin menipu pelanggan. Orang mungkin berpendapat bahwa merek dagang ini didaftarkan dengan maksud jahat. “Jika pemohon mengajukan permohonan dengan itikad buruk, permohonan tersebut akan ditolak”. Artinya “Mengacu pada Pemohon yang memiliki alasan untuk menduga bahwa ketika mendaftarkan merek dagangnya, ia bermaksud untuk meniru, menjiplak, atau meniru merek dagang orang lain untuk keuntungan komersial, menciptakan kondisi persaingan komersial yang tidak adil, dan menipu atau menyesatkan konsumen”. Banyak masalah pendaftaran merek dagang masih disebabkan oleh klausul ini. Sebagai permulaan, banyak operator dengan sengaja mendaftarkan merek dagang mereka sendiri dengan meniru merek dagang orang lain karena gagasan pendaftaran merek dagang tidak jelas.

Seperti hal ini yang berlaku pada merek dagang, dimana saat ini banyak barang, produk atau jasa yang memiliki nama, merek, logo atau slogan yang hampir mirip atau bahkan sama. Salah satu kasus yang akan diangkat adalah kasus sengketa atau sengketa merek dagang internasional yaitu plagiarisme merek LAVERANA GmbH & Co.KG (Jerman) VS IRAWAN GUNAWAN (Indonesia).

---

<sup>2</sup> Rahmi Jened, *Hukum Merek (Trademark Law)*, Penerbit Prenadamedia Group, Jakarta, 2015, p.3.

Diketahui Laverana merupakan merek kosmetik asal Jerman yang telah mendaftarkan mereknya di berbagai negara. Akan tetapi ketika hendak mendaftarkan merek di Indonesia, merek Laverana tersebut sudah terdaftar di Indonesia. Hal ini pun menimbulkan masalah bagi konsumen. Sehingga berdasarkan hal tersebut di atas, penulis mengajukan beberapa pertanyaan sebagai berikut: 1) Bagaimana perlindungan mereka dan hak konsumen terhadap pembatalan mereka berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis dan 2) Bagaimana pertimbangan hakim dalam Putusan Nomor 557 K/ Pdt.Sus-HKI/2016?

## **B. PEMBAHASAN**

### **1. Perlindungan Merek dan Hak Konsumen terhadap Pembatalan Merek Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis**

Ide atau asas perlindungan hukum pertama kali dijelaskan dalam konteks perlindungan hukum merek terkenal. Perlindungan hukum merupakan bagian dari tahapan yang menangani masalah hukum. Untuk mengendalikan interaksi perilaku antara anggota masyarakat, orang, atau badan hukum dan masyarakat, perlindungan hukum mencakup semua persyaratan hukum yang dirumuskan oleh masyarakat serta undang-undang yang dirumuskan oleh individu. Protokol. Masyarakat memiliki kepercayaan kepada pemerintah untuk menjaga kepentingan terbaik mereka. Perlindungan hukum, menurut Satjipto Rahardjo, adalah “kepastian masyarakat bahwa dirinya akan mampu menjalankan hak-haknya sebagaimana dijamin oleh hukum dan akan terhindar dari gangguan yang datang dari luar”.<sup>3</sup>

Sebagai bagian dari sistem kekayaan intelektualnya, undang-undang memberikan perlindungan hukum bagi merek, terutama merek yang terkenal. Pihak yang tidak bertanggung jawab dapat secara melawan hukum melanggar merek terkenal jika merek tersebut tidak dilindungi dengan baik. Mereka melihat peluang untuk meraup untung dengan cepat dari bisnis terkenal, sehingga mereka melakukan pelanggaran ini. Hanya pemilik merek yang boleh menggunakannya,

---

<sup>3</sup> Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum*, Penerbit PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000, p.53.

**Muhammad Ryo Agustian, Yuniar Rahmatiar dan Muhamad Abas**  
*Perlindungan Merek Laverana Terhadap Hak Konsumen dalam Kasus Pembatalan Merek Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis*

sesuai dengan perlindungan hukum yang berlaku untuk merek. Penggunaan merek dagang oleh pihak lain tanpa persetujuan pemilik dapat dihukum oleh hukum. Kami percaya bahwa dengan menerapkan perlindungan ini, pemilik merek akan merasa aman dan terlindungi dari penyalahgunaan yang berpotensi merugikan.

Hanya merek terdaftar yang dilindungi secara hukum. Perlindungan yang lebih besar diberikan dengan mendaftarkan merek dagang, terutama dalam kasus di mana terdapat merek dagang lain yang serupa atau identik. Tidak semua orang tahu betapa pentingnya mendaftarkan merek untuk perlindungan, meskipun banyak perusahaan tahu bahwa merek membantu konsumen mengidentifikasi produk mereka dari pesaing. Undang-undang Merek melindungi pencipta merek yang khas dengan memberi mereka kemampuan untuk mengecualikan pesaing dari penjualan barang dengan nama atau desain yang mirip.

Perusahaan dapat secara curang menurunkan pendapatan yang sah jika pesaing menggunakan merek yang identik atau mirip. Tindakan seperti itu dapat merugikan posisi perusahaan di pasar, terutama jika produk pesaing memiliki kualitas yang lebih rendah. Oleh karena itu, memahami pentingnya merek dan bagaimana merek tersebut memengaruhi keberhasilan komersial suatu produk sangatlah penting. Pendaftaran merek merupakan kebutuhan bagi pemilik yang mencari perlindungan pasar.

Komponen integritas pendaftaran merek dagang di Indonesia sangat kurang kuat. Sebab, jika pemohon merek dagang memenuhi semua persyaratan yang tercantum dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Kantor Merek tidak dapat menolak permohonan merek dagang tersebut. Selain itu, kejujuran seseorang saat mendaftarkan merek dagang tidak dapat dibuktikan; hal itu hanya dapat terjadi jika seseorang menggugat pembatalan merek dagang di Pengadilan Niaga Pengadilan Negeri.<sup>4</sup>

Jika merek dagang didaftarkan dengan itikad buruk, pemilik merek dapat mengajukan pembatalan dengan menggugat ke Pengadilan Niaga Pengadilan Negeri, sesuai dengan ketentuan Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis.

---

<sup>4</sup> Shafina Isma Faadhilah Rahardjo dan Budi Santoso, *Tinjauan Penolakan Pendaftaran Merek Atas Itikad Tidak Baik Dalam Putusan No. 62/Pdt.Sus-Merek/2019/PN.Niaga.Jkt.Pst*, Jurnal Notarius, Vol.17, No.1 (2024), p.504.

Berikut ketentuan terkait Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Indikasi Geografis dan Merek: Pasal 76 sampai dengan Pasal 79.

Produsen harus memberikan jaminan dan memberikan akses kepada konsumen untuk mendapatkan penasihat hukum apabila produsen melanggar hukum; hal ini akan melindungi konsumen. Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 (UUPK) memuat peraturan perundang-undangan tentang perlindungan konsumen di Indonesia. Hak konsumen diatur dalam Pasal 4 tentang Perlindungan Konsumen. Hak-hak yang berlaku adalah sebagai berikut:

- a) Hak untuk terbebas dari bahaya fisik dan mental saat menggunakan produk atau layanan;
- b) Hak untuk memilih dan memperoleh produk atau layanan sesuai dengan harga, ketentuan, dan jaminan yang ditetapkan;
- c) Hak atas informasi yang akurat, transparan, dan jujur tentang ketentuan, syarat, dan jaminan produk atau layanan
- d) Hak agar pendapat seseorang didengar terkait pengalamannya dengan layanan atau barang;
- e) Hak untuk dipublikasikan dengan baik, dilindungi, dan menjadi subjek inisiatif penyelesaian sengketa perlindungan konsumen yang sesuai
- f) Hak untuk menerima pendidikan dan nasihat konsumen;
- g) Hak atas perlakuan yang adil;
- h) Hak atas restitusi atau penggantian jika barang atau layanan yang diperoleh cacat atau tidak memenuhi standar yang ditetapkan dalam perjanjian
- i) Hak yang dikendalikan oleh undang-undang lain<sup>5</sup>

Hak pelaku usaha diatur dalam Pasal 6 Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999. Semua pihak yang terlibat dalam transaksi komersial berhak atas pembayaran sesuai dengan ketentuan dan nilai barang atau jasa yang dipertukarkan. Dalam hal terjadi perselisihan hukum dengan konsumen, mereka juga berhak untuk membela diri dan mendapatkan perlindungan dari konsumen yang beritikad buruk. Penyelenggara dapat memulihkan nama baiknya jika dapat menunjukkan bahwa kerugian konsumen tidak ada kaitannya dengan barang atau jasa yang dipertukarkan. Untuk lebih menjamin bahwa pelaku usaha tidak dirugikan oleh perilaku konsumen yang tidak adil, perlindungan ini mencakup hak-hak lain yang diatur dalam peraturan perundang-undangan.

---

<sup>5</sup> Ahmadi Miru, *Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2013, p.1.

**Muhammad Ryo Agustian, Yuniar Rahmatiar dan Muhamad Abas**  
*Perlindungan Merek Laverana Terhadap Hak Konsumen dalam Kasus Pembatalan Merek Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis*

Hak dan kewajiban merupakan salah satu pengertian dasar yang menjadi ciri dalam sistem hukum. Mendapatkan perlindungan bukan sekedar fisik, melainkan terlebih lebih hak-haknya yang bersifat abstrak.<sup>6</sup> Dengan kata lain, perlindungan konsumen sesungguhnya identik dengan perlindungan konsumen yang diberikan hukum tentang hak-hak konsumen. Hak adalah suatu kebolehan untuk melakukan sesuatu (tidak melakukannya) dari sudut isinya hukum dapat berisikan suruhan, larangan, atau kebolehan dengan kata lain hak adalah kebolehan. Jadi, hak sebenarnya merupakan wewenang yang diberikan oleh hukum kepada subjek hukum. Dan yang dimaksud dengan kewajiban adalah merupakan tugas yang dibebankan oleh hukum kepada subjek hukum dan yang paling utama adalah kewajiban untuk tidak menyalahgunakan haknya.

Melalui konsumen, dapat diketahui kualitas dan keaslian produk merek berdasarkan pengalamannya menggunakan merek yang diyakini konsumen sebagai merek dengan membedakan tanda maupun warna yang menempel pada merek. UUPK diharapkan dapat mendidik Konsumen Indonesia untuk lebih menyadari hak-hak dan kewajiban-kewajibannya yang dimiliki terhadap pelaku usaha. Dalam konsideran UUPK dikatakan, bahwa untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya, serta menumbuhkembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab.

Penegakan hak konsumen dalam UUPK bertujuan untuk menyamakan kedudukan antara produsen dan konsumen dengan mendorong akuntabilitas dan etika dalam tindakan korporasi. Diperlukan regulasi yang ketat dan pengawasan yang ketat untuk mewujudkan hak-hak tersebut. Untuk mencapai tingkat perlindungan konsumen yang setinggi-tingginya, konsumen dan pelaku usaha harus menyadari dan menaati hak dan tanggung jawab masing-masing. Dalam rangka mendorong pertumbuhan ekonomi yang sehat dan berkelanjutan, diyakini bahwa konsumen dan pelaku usaha dapat membentuk hubungan yang saling menguntungkan dengan menyeimbangkan hak dan kewajiban mereka.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Muhammad Gary Gagarin Akbar, *Pengantar Ilmu Hukum*, FBIS, Karawang, 2020, p.15.

<sup>7</sup> Raden Bella Bintang Maharani dkk., *Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Akibat Produk Kecantikan yang Mempunyai Efek Samping Terhadap Kulit*, Legisla, Vol.16, No.2 (2024).

Dalam dunia usaha, meskipun meraih keuntungan adalah tujuan utama, penting untuk menyadari bahwa hubungan yang seimbang antara pengusaha, konsumen, dan masyarakat juga krusial. Sikap yang terlalu fokus pada profit tanpa mempertimbangkan dampak sosial dan etika dapat mengakibatkan konsekuensi negatif, baik bagi bisnis itu sendiri maupun bagi masyarakat. Dengan memperhatikan aspek-aspek ini, perusahaan dapat membangun reputasi yang baik dan menciptakan keberlanjutan jangka panjang. Ketika pengusaha hanya mengutamakan kepentingan pribadi dan mengabaikan tanggung jawab sosial, mereka berisiko mengorbankan integritas dan reputasi mereka. Tindakan untuk memperoleh keuntungan dengan cara yang tidak etis, seperti memalsukan atau meniru merek-merek terkenal, bukan hanya merugikan pemilik merek asli, tetapi juga mengancam kepercayaan konsumen. Konsumen, yang mungkin merasa bangga menggunakan produk bermerek terkenal, sebenarnya sedang berkontribusi pada praktik bisnis yang merugikan dan tidak berkelanjutan.

Keberadaan konsumen yang menggunakan produk tersebut memberi pengusaha pandangan bahwa mereka memiliki peluang untuk mengeksploitasi ketertarikan pasar tanpa mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang. Namun, tindakan ini pada akhirnya dapat menyebabkan kerugian bagi semua pihak. Konsumen yang membeli produk tiruan dapat merasa ditipu ketika kualitas produk tidak sesuai harapan. Di sisi lain, pelanggaran hak kekayaan intelektual dapat merusak pasar yang adil dan sehat.

Oleh karena itu, penting bagi pengusaha untuk menyadari bahwa keuntungan jangka pendek yang diperoleh dengan cara curang dapat menimbulkan dampak negatif yang lebih besar di masa depan. Membangun hubungan yang saling menguntungkan antara pengusaha, konsumen, dan masyarakat bukan hanya etis, tetapi juga strategi yang lebih berkelanjutan untuk kesuksesan bisnis. Dengan menghargai merek dan hak kekayaan intelektual, pengusaha dapat menciptakan citra positif dan loyalitas konsumen yang lebih kuat, serta berkontribusi pada ekosistem bisnis yang lebih sehat dan berkeadilan.

Konflik merek dagang yang terjadi antara Lavera GmbH & Co.KG menyoroti perlunya mempertimbangkan perlindungan yang ditawarkan oleh Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

**Muhammad Ryo Agustian, Yuniar Rahmatiar dan Muhamad Abas**  
*Perlindungan Merek Laverana Terhadap Hak Konsumen dalam Kasus Pembatalan Merek Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis*

Baik pemilik merek yang sah maupun orang-orang yang akhirnya membeli versi palsu dirugikan oleh pelanggaran merek dagang, seperti yang ditunjukkan dalam contoh ini.

Tindakan plagiarisme oleh Irawan Gunawan dalam konteks merek dagang dapat terjadi karena beberapa faktor terkait sistem pengawasan dan pendaftaran merek. Pertama, meskipun Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 memberikan landasan hukum yang kuat, pelaksanaan pengawasan terhadap pendaftaran merek sering kali menghadapi kendala, seperti kurangnya sumber daya atau personel di Direktorat Jenderal HKI untuk memeriksa setiap pendaftaran secara mendetail. Kedua, jika merek yang didaftarkan memiliki elemen yang cukup berbeda, pihak HKI mungkin menganggapnya sah, sehingga hal ini menjadi celah bagi pendaftaran merek yang mirip. Selain itu, informasi yang diberikan oleh pendaftar kadang tidak memadai atau membingungkan, membuat petugas HKI kesulitan dalam menilai adanya pelanggaran. Ketidaktepatan mengenai itikad buruk juga bisa menjadi hambatan, karena membuktikannya di hadapan hukum sering kali sulit tanpa bukti yang jelas. Terakhir, kurangnya kesadaran masyarakat terhadap hak-hak kekayaan intelektual dapat mengakibatkan tidak dilaporkannya dugaan pelanggaran. Oleh karena itu, meskipun ada undang-undang yang melindungi hak kekayaan intelektual, penerapan dan penegakannya mengalami tantangan signifikan, sehingga penegakan hukum yang lebih ketat dan peningkatan kesadaran di kalangan masyarakat sangat diperlukan untuk mengatasi masalah ini.

Undang-Undang ini menetapkan bahwa hak eksklusif pemegang merek seharusnya dijaga agar tidak ada pihak lain yang bisa menggunakan merek tersebut tanpa izin. Dengan adanya Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis dalam Pasal 21 yang melarang pendaftaran merek yang telah terdaftar atas nama pihak lain, jelas bahwa tindakan pendaftaran merek serupa tanpa kerja sama merupakan pelanggaran terhadap hak kekayaan intelektual (HKI). Dalam kasus Laverana, tindakan pendaftaran oleh pihak yang tidak berhak menunjukkan itikad buruk yang jelas dan bertentangan dengan etika bisnis yang sehat. Perlindungan merek juga meliputi perlindungan hak konsumen. Konsumen yang membeli produk dengan merek yang sama atau mirip tanpa menyadari bahwa produk tersebut adalah tiruan tentu akan merasa tertipu.

Produk palsu sering kali memiliki kualitas yang lebih rendah, sehingga dapat merugikan konsumen secara langsung. Dalam konteks ini, Undang-Undang memberikan ruang bagi konsumen untuk melindungi hak mereka, karena mereka berhak mendapatkan produk yang sesuai dengan yang dijanjikan oleh pemilik merek yang asli.

Gugatan yang diajukan dalam kasus ini berfokus pada pembatalan pendaftaran merek yang dilakukan secara tidak sah. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dalam Pasal 20 dan Pasal 21 ada dasar hukum yang kuat untuk mengajukan pembatalan merek yang terdaftar tanpa itikad baik. Penjatuhan hukuman kepada tergugat untuk membayar biaya pengadilan dan pembatalan pendaftaran merek Lavera yang dilakukan secara tidak sah menunjukkan bahwa sistem hukum kita berkomitmen untuk melindungi hak-hak pemilik merek dan konsumen.

Secara keseluruhan, perlindungan merek dan hak konsumen dalam konteks Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menunjukkan betapa pentingnya integritas dan keadilan dalam dunia bisnis. Pelanggaran terhadap hak-hak ini tidak hanya merugikan pemilik merek, tetapi juga menciptakan ketidakpercayaan di pasar yang pada akhirnya dapat memengaruhi konsumen. Oleh karena itu, penegakan hukum yang tegas terhadap pelanggaran merek adalah langkah yang diperlukan untuk memastikan lingkungan bisnis yang sehat dan transparan.

## **2. Pertimbangan Hakim pada Putusan Nomor 557 K/Pdt.Sus-HKI/2016**

Permohonan pembatalan merek dagang, pendaftaran merek dagang, dan faktor-faktor yang menjadi pertimbangan hakim merupakan pokok bahasan utama dalam analisis ini. Tujuan dari kedua bagian tersebut adalah untuk memperjelas Peraturan tentang Pembatalan Merek Dagang Terdaftar dengan Itikad Buruk, yang akan memungkinkan kita mengetahui seberapa berhasilnya pembatalan merek dagang yang terdaftar dengan itikad buruk, dan untuk menganalisis dan menyelesaikan setiap masalah yang mungkin timbul ketika membatalkan merek dagang terdaftar secara hukum. Sesuai dengan aturan yang berlaku.

**Muhammad Ryo Agustian, Yuniar Rahmatiar dan Muhamad Abas**  
*Perlindungan Merek Laverana Terhadap Hak Konsumen dalam Kasus Pembatalan Merek Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis*

Untuk memastikan apakah terdapat komponen kesamaan dan itikad buruk dalam kasus pembatalan merek dagang, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menetapkan bahwa pembatalan merek dagang dapat dibenarkan atas dasar itikad buruk. Pendaftaran merek dagang dengan itikad buruk secara tegas dilarang oleh Pasal 21 (3) dan 77 (2). Negara memberikan perlindungan terhadap merek dagang yang didaftarkan dengan itikad baik berdasarkan asas itikad baik. Pemilik merek dagang memiliki integritas karena mereka jujur dan tidak ingin menipu orang lain. Menurut hukum, pembatalan merek dagang dapat dibenarkan jika pendaftaran merek dagang dilakukan dengan itikad buruk. Hal ini karena penggugat dapat menderita kerugian akibat merek dagang tergugat yang lebih dikenal.

Pertimbangan hakim adalah salah satu aspek terpenting dalam proses peradilan, karena menentukan nilai dari suatu putusan yang dihasilkan. Keputusan yang diambil oleh hakim tidak hanya harus mencerminkan keadilan, tetapi juga memberikan kepastian hukum dan manfaat bagi semua pihak yang terlibat. Dalam konteks ini, kejelian dan ketelitian hakim dalam mempertimbangkan berbagai aspek sangatlah krusial.<sup>8</sup> Kasus sengketa merek antara Laverana GmbH & Co.KG dan Irawan Gunawan menggarisbawahi tantangan serius yang dihadapi oleh pemilik HKI di era globalisasi ini. Peningkatan plagiarisme merek menciptakan kebutuhan mendesak akan langkah-langkah regulasi yang kuat untuk melindungi hak-hak tersebut. Dalam hal ini, penyelesaian sengketa melalui litigasi menjadi pilihan yang relevan, terutama ketika berhadapan dengan pelanggaran yang jelas dan disengaja terhadap hak merek.

Laverana GmbH & Co.KG, pemilik merek Lavera, telah secara sah mendaftarkan merek tersebut di Jerman sejak 29 Oktober 2004 dan menggunakannya di berbagai belahan dunia, termasuk Indonesia. Di sisi lain, Irawan Gunawan sebagai tergugat mendaftarkan mereknya yang serupa pada 16 Oktober 2008, jauh setelah Laverana mengajukan pendaftaran pertamanya. Fakta ini secara jelas menunjukkan bahwa penggugat adalah pengguna pertama dan pemilik yang sah dari merek Lavera.

---

<sup>8</sup> Mukti Arto, *Praktek Perkara pada Pengadilan Agama*, Penerbit Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2004, p.140.

Salah satu aspek terpenting dalam kasus ini adalah adanya itikad tidak baik dari tergugat. Dengan mendaftarkan merek yang sama, Irawan Gunawan berupaya menyesatkan publik mengenai asal usul merek tersebut dan mengeksploitasi reputasi yang telah dibangun oleh Laverana selama bertahun-tahun. Tindakan ini melanggar ketentuan Pasal 21 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang menegaskan bahwa pendaftaran merek dengan itikad buruk adalah praktik yang tidak dapat diterima secara hukum.

Dalam proses litigasi, hakim memiliki tanggung jawab untuk menegakkan keadilan dan melindungi hak-hak pihak yang terlibat. Pertimbangan hakim dalam kasus ini harus mencakup analisis yang mendalam terhadap bukti yang ada, serta dampak dari tindakan tergugat terhadap reputasi dan bisnis penggugat. Dengan mempertimbangkan semua fakta, hakim diharapkan mampu memutuskan kasus ini dengan adil dan objektif.

Mengacu pada prinsip keadilan dan ketentuan hukum yang berlaku, putusan hakim dalam sengketa ini seharusnya berpihak pada Laverana GmbH & Co.KG. Hakim mungkin memutuskan untuk membatalkan pendaftaran merek Lavera yang diajukan oleh Irawan Gunawan, dengan alasan bahwa tindakan tersebut dilakukan dengan itikad tidak baik. Selain itu, hakim juga bisa memberikan perintah kepada tergugat untuk menghentikan semua kegiatan yang berkaitan dengan merek tersebut dan menghindari kebingungan di pasar.

Mengenai merek dan indikasi geografis, diatur dalam Pasal 76 hingga 79 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016. Akibatnya, terdakwa dijatuhi hukuman untuk membayar biaya perkara di tingkat kasasi sebesar Rp. 5.000.000 (lima juta rupiah). Dan pembatalan pendaftaran merek Lavera nomor IDM000278277 atas nama terdakwa dari catatan publik di Direktorat Merek, beserta semua konsekuensi hukum yang terkait.

Dengan penjelasan diatas, penulis setuju dengan keputusan hakim dalam sengketa merek Lavera karena beberapa alasan penting. Pertama, keputusan ini menegaskan pengakuan terhadap pemilik yang sah, yaitu Laverana, yang telah berinvestasi dan mendaftarkan mereknya lebih dulu. Dengan demikian, hakim menunjukkan komitmen terhadap prinsip keadilan dan perlindungan hak kekayaan intelektual (HKI).

**Muhammad Ryo Agustian, Yuniar Rahmatiar dan Muhamad Abas**  
*Perlindungan Merek Laverana Terhadap Hak Konsumen dalam Kasus Pembatalan Merek Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis*

Selain itu, tindakan tergugat yang mendaftarkan merek mirip mencerminkan itikad buruk, dan keputusan untuk membatalkan pendaftaran tersebut menciptakan landasan bahwa praktik plagiarisme dan penipuan tidak akan ditoleransi, menjaga integritas pasar. Keputusan ini juga melindungi konsumen dari kebingungan mengenai asal produk, mengingat merek bukan hanya simbol identitas tetapi juga jaminan kualitas. Dengan demikian, keputusan hakim mendukung inovasi dan kreativitas di pasar, memberikan insentif bagi pelaku usaha untuk terus berinovasi tanpa takut terhadap praktik tidak etis. Terakhir, keputusan ini mendorong kesadaran hukum di kalangan pelaku usaha mengenai pentingnya menghormati hak kekayaan intelektual, yang dapat meningkatkan etika dalam bisnis, sehingga tidak merugikan konsumen sebagai pemakai produk. Dengan mempertimbangkan semua alasan ini, penulis percaya bahwa keputusan hakim adalah langkah yang tepat dan adil dalam menjaga keadilan dan integritas di dunia bisnis.

### **C. Kesimpulan**

1. UUPK memberikan kerangka hukum yang mendukung konsumen untuk mendapatkan produk yang aman, berkualitas, dan sesuai dengan yang dijanjikan oleh merek. Perlindungan terhadap merek terkenal berperan penting dalam menjaga hak konsumen, karena merek yang terdaftar dengan baik memastikan konsumen dapat merasa aman bahwa produk yang mereka beli adalah asli dan berkualitas. Sebaliknya, pelanggaran hak kekayaan intelektual, seperti pendaftaran merek secara curang, tidak hanya merugikan pemilik merek tetapi juga dapat menempatkan konsumen pada risiko membeli produk palsu dengan kualitas rendah. Oleh karena itu, penegakan hukum yang tegas terhadap pelanggaran merek sangat penting untuk melindungi hak konsumen, sementara kesadaran masyarakat akan hak-hak mereka dalam bertransaksi diperlukan agar konsumen dapat melindungi diri dari praktik bisnis yang tidak etis. Dengan demikian, hubungan yang sehat antara produsen dan konsumen dapat terjalin, mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan adil, serta menegaskan bahwa perlindungan hak konsumen merupakan tanggung jawab hukum dan etika bisnis yang harus dipegang oleh semua pelaku usaha.

2. Adapun pertimbangan hakim terhadap Putusan Nomor 557 K/Pdt.Sus-HKI/2016 sudah tepat. Karena pembatalan merek, pendaftaran merek, dan pertimbangan hakim dalam sengketa merek Lavera antara Laverana GmbH & Co.KG dan Irawan Gunawan menunjukkan bahwa adanya itikad tidak baik merupakan alasan penting untuk pembatalan merek yang terdaftar. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, pendaftaran merek dengan itikad tidak baik dapat merugikan pemilik merek yang sah dan menyesatkan publik. Kasus ini menggarisbawahi tantangan yang dihadapi pemilik hak kekayaan intelektual di era globalisasi, di mana Laverana sebagai pemilik sah merek Lavera telah mendaftarkan dan menggunakannya secara internasional lebih awal daripada tergugat, yang menunjukkan adanya itikad tidak baik dalam pendaftaran merek serupa oleh Irawan Gunawan. Pertimbangan hakim dalam mengambil keputusan sangat krusial, karena keputusan tersebut harus mencerminkan keadilan dan kepastian hukum. Keputusan hakim untuk membatalkan pendaftaran merek Lavera oleh tergugat menciptakan preseden penting dalam melindungi hak kekayaan intelektual, menegaskan bahwa praktik plagiarisme tidak dapat diterima, serta melindungi konsumen dari kebingungan mengenai asal produk. Dengan demikian, keputusan ini merupakan langkah positif dalam menjaga keadilan dan etika dalam dunia bisnis serta meningkatkan kesadaran akan pentingnya menghormati hak kekayaan intelektual.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Akbar, Muhammad Gary Gagarin. 2020. *Pengantar Ilmu Hukum*. (Karawang: FBIS).
- Arto, Mukti. 2004. *Praktek Perkara pada Pengadilan Agama*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar).
- Dharmawan, Ni Ketut Supasti. 2006. *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. (Denpasar: Universitas Udayana).
- Hidayat, Anwar. 2018. *Sosiologi (Suatu Kajian Sosial)*. (Karawang: FBIS Publishing).
- Jened, Rahmi. 2015. *Hukum Merek (Trademark Law)*. (Jakarta: Prenadamedia Group).
- Martien, Dhoni. 2023. *Perlindungan Hukum Atas Merek Dagang*. (Makassar: Mitra Ilmu).
- Miru, Ahmadi. 2013. *Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada).
- Muthiah, Aulia. 2016. *Aspek Hukum Dagang dan Pelaksanaannya di Indonesia*. (Yogyakarta: Pustaka Baru Press).
- Prakoso, Djoko. 2005. *Hukum Merek dan Paten di Indonesia*. (Semarang: Dahara Prize).
- Rahardjo, Satjipto. 2000. *Ilmu Hukum*. (Bandung: PT Citra Aditya Bakti).

### Publikasi

- Maharani, Raden Bella Bintang dkk.. *Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Akibat Produk Kecantikan yang Mempunyai Efek Samping Terhadap Kulit*. *Legisia*. Vol.16. No.2 (2024).
- ND, Mukti Fajar. dkk.. *Iktikad Tidak Baik dalam Pendaftaran dan Model Penegakan Hukum Merek di Indonesia*. *Jurnal Hukum lus Qula lustum*. Vol.25. No 25 (2018).
- Rahardjo, Shafina Isma Faadhilah dan Budi Santoso. *Tinjauan Penolakan Pendaftaran Merek Atas Itikad Tidak Baik dalam Putusan No. 62/Pdt.Sus-Merek/2019/PN.Niaga.Jkt.Pst*. *Jurnal Notarius*. Vol.17. No.1 (2024).

### Peraturan Perundang-Undangan

- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.