



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 2 (2025) pp: 2164-2169

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Analisis Sengketa Merek Dagang dan Perlindungan Hak Milik Menurut Pasal 28 H Ayat 4 UUD 1945

Gresia Septina Sitohang¹, Eza Syahbana², Jeane Alisyah³, Bonaraja Purba⁴

¹²³⁴Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan

gresiasitohang@gmail.com, ezasyahbana@gmail.com, jeanalisyah@gmail.com, bonarajapurba@gmail.com

Abstrak

Perkembangan ekonomi dunia yang semakin terintegrasi menempatkan hak kekayaan intelektual (HKI), termasuk merek dagang, sebagai pilar utama bagi inovasi dan perdagangan internasional. Perlindungan merek merupakan komponen penting dari pertumbuhan ekonomi di Indonesia secara keseluruhan. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif yang didasarkan pada tinjauan pustaka untuk menyelidiki peran konstitusi dalam mendukung perlindungan hak merek serta penerapan hukum merek dagang, khususnya Undang-Undang No. 20 Tahun 2016, dalam praktik peradilan. Studi kasus sengketa "Geprek Bensu," "Gudang Garam," dan "MS Glow" diteliti untuk menunjukkan pentingnya prinsip first-to-file, asas itikad baik, dan kepastian hukum dalam menyelesaikan sengketa. Selain itu, pentingnya mencapai keseimbangan antara perlindungan hukum dan keadilan konstitusional ditegaskan oleh putusan Mahkamah Konstitusi tentang undang-undang yang berkaitan dengan pencabutan merek dagang karena tidak digunakan. Hasil penelitian ini menegaskan perlunya menggabungkan hak milik konstitusional dengan perangkat hukum yang positif untuk perlindungan merek dagang guna membangun lingkungan bisnis yang stabil, adil, dan berkelanjutan.

Kata kunci: Sengketa, Merek Dagang, Hak Milik

Latar Belakang

Perkembangan ekonomi dunia yang semakin terintegrasi menempatkan hak kekayaan intelektual (HKI), termasuk merek dagang, sebagai pilar utama bagi inovasi dan perdagangan internasional. Sebagaimana dicatat Amina G (2025), HKI terdiri atas hak cipta, merek, dan paten, di mana trademark melindungi simbol-simbol yang membedakan produk satu pelaku usaha dari lainnya. Pada skala luas, kekayaan intelektual memiliki nilai ekonomi signifikan, sehingga dibutuhkan kerangka perlindungan yang kokoh.

Dalam konteks globalisasi dan perjanjian internasional seperti TRIPS, negara-negara berupaya menyelaraskan sistem perlindungan HKI agar investasi dan inovasi kreatif dapat terlindungi lintas batas. Oleh karena itu, negara-negara maju dan berkembang mendesain regulasi merek dagang untuk menjaga kepercayaan konsumen dan mencegah praktek persaingan tidak sehat. Demikian pula, di Indonesia perlindungan merek menjadi bagian integral dalam pengembangan ekonomi nasional. Antariksa (2017) menegaskan bahwa dengan tumbuhnya industri kreatif, kesadaran terhadap perlindungan HKI melonjak dan perlindungan HKI diperlukan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. HKI (termasuk merek) dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia akan penghargaan, penghidupan layak, dan kemandirian ekonomi. Dalam era ekonomi kreatif, banyak produk lokal bernilai tinggi sehingga merek dagang menjadi aset penting. Dengan demikian, perlindungan hukum

yang memadai terhadap merek dagang adalah keharusan agar modal kreatif tersebut dapat memberikan manfaat optimal bagi perekonomian nasional.

Di Indonesia sendiri, dinamika perlindungan merek melibatkan berbagai tantangan. Menurut Irawati & Santoso (2024), persoalan sengketa merek dapat mengganggu perekonomian baik di dalam maupun di luar negeri sehingga diperlukan sistem penyelesaian sengketa yang efektif. Fakta ini tercermin dari banyaknya kasus perselisihan merek di pengadilan Indonesia. Misalnya, meskipun undang-undang merek telah diatur secara rinci, pelanggaran hak merek tetap kerap terjadi. Denny et al. (2022) mencatat kasus sengketa antara PT Gudang Garam dan PT Gudang Baru sebagai contoh nyata konflik merek dagang di Indonesia. Kasus tersebut menunjukkan bagaimana pengadilan Niaga Surabaya membatalkan pendaftaran merek “Gudang Baru” atas pelanggaran Pasal 21 UU No. 20/2016, demi melindungi merek “Gudang Garam” yang sudah terkenal (Denny et al., 2022). Upaya hukum semacam ini menegaskan pentingnya kepastian hukum bagi pemilik merek. Namun, masih terdapat banyak sengketa lain yang menunjukkan perlunya penataan hukum merek yang lebih kuat. Kementerian Hukum dan HAM, melalui DJKI, pun menekankan bahwa perlindungan dan penghormatan terhadap HKI diperlukan untuk mendukung iklim usaha yang sehat (dgip.go.id, 2025). Dengan kata lain, jelas bahwa perlindungan hukum merek dagang merupakan kebutuhan mendesak dalam praktik bisnis Indonesia yang dinamis.

Secara hukum positif, perlindungan merek di Indonesia diatur dalam UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Pasal 1 UU tersebut mendefinisikan hak merek sebagai hak eksklusif yang diberikan negara kepada pemilik merek terdaftar (Denny et al., 2022). Pendaftaran merek adalah prasyarat mutlak agar muncul hak tersebut: “Hak atas merek tidak ada apabila tanpa pendaftaran”. Dengan sistem first-to-file, pemilik merek hanya mendapatkan perlindungan hukum apabila mereknya telah tercatat dalam Daftar Umum Merek (Irawati & Santoso, 2024). Kebijakan ini bertujuan memberikan kepastian hukum—tanpa pendaftaran, tidak ada hak hukum atas merek, dan perselisihan dapat muncul dari kepemilikan ganda atau itikad tidak baik dalam pendaftaran. Dalam praktik penyelesaian sengketa, berbagai mekanisme tersedia (perdata, mediasi, arbitrase, maupun perkara di pengadilan), namun karenanya pula banyak kasus sengketa merek mencuat di Indonesia. Kondisi ini menggarisbawahi bahwa perumusan aturan dan penegakan hukum yang jelas sangat dibutuhkan untuk meminimalkan konflik terhadap merek dagang.

Lebih jauh, dari sudut konstitusional, merek dagang sebagai kekayaan intelektual sebenarnya tergolong hak milik pribadi yang bersifat kebendaan namun tidak berwujud. Buku ajar Hak Kekayaan Intelektual (Ramadhan et al., 2023) menyebut bahwa hak kekayaan intelektual, khususnya hak-haknya, dikategorikan sebagai hak milik perorangan yang bersifat tak berwujud (intangible). Artinya, perlindungan merek dagang juga masuk dalam domain hak milik pribadi. Pasal 28H ayat (4) UUD 1945 menegaskan secara eksplisit: “setiap orang berhak mempunyai hak milik pribadi dan hak milik tersebut tidak boleh diambil alih secara sewenang-wenang oleh siapa pun” (Amal, 2024). Jaminan konstitusional ini meletakkan beban negara untuk melindungi hak milik, termasuk hak atas merek terdaftar, dari intervensi sewenang-wenang. Dengan demikian, sengketa merek dagang tidak hanya menjadi persoalan hukum perdata biasa, tetapi juga menyentuh perlindungan hak milik yang dijamin konstitusi. Kegagalan sistem peradilan atau administrasi dalam mengakui dan melindungi hak merek berpotensi bertentangan dengan semangat Pasal 28H ayat (4) UUD 1945.

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini mengangkat persoalan Analisis Sengketa Merek Dagang dan Perlindungan Hak Milik menurut Pasal 28H Ayat (4) UUD 1945. Kajian ini penting karena kebutuhan akan

perlindungan hukum merek dagang sangat berkaitan erat dengan kestabilan iklim investasi dan keadilan bagi pemilik merek (hak milik) (Amal, 2024). Sementara itu, banyaknya kasus sengketa merek di Indonesia menunjukkan perlunya evaluasi mendalam atas kerangka hukum yang ada. Studi ini akan menelusuri benang merah antara pentingnya melindungi hak merek, fenomena sengketa yang sering terjadi, dan relevansi jaminan hak milik dalam konstitusi. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan kajian pustaka, penelitian ini diharapkan dapat mengidentifikasi celah hukum maupun mekanisme penyelesaian yang mendukung perlindungan hak milik atas merek dagang sebagaimana dijamin oleh UUD 1945.

Metode Penelitian

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif dengan tujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam terhadap suatu fenomena sosial, yang dilihat dari perspektif dan makna yang dikandung oleh berbagai sumber, bukan sekadar mengandalkan angka atau data statistik (Sugiyono, 2018). Alasan dipilihnya pendekatan ini adalah karena fokusnya yang lebih besar pada isi, konteks, serta interpretasi terhadap isu-isu yang menyentuh hukum komersial. Melalui pendekatan kualitatif, peneliti berupaya menjelajahi realitas sosial secara komprehensif dengan menggunakan analisis deskriptif yang menyeluruh.

Sebagai metode utama dalam mengumpulkan data, penelitian ini menggunakan studi pustaka atau kajian literatur. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk mengkaji berbagai referensi tertulis yang relevan, seperti buku, jurnal ilmiah, artikel akademik, laporan resmi, peraturan hukum, serta dokumen lain yang berhubungan erat dengan tema yang sedang diteliti (Hardani et al., 2020). Informasi yang diperoleh dari sumber-sumber tersebut dianalisis secara kualitatif dengan menekankan pada pemahaman isi, keterhubungan antar gagasan, serta pola-pola tematik yang muncul dalam diskusi. Dengan menggunakan metode ini, diharapkan hasil penelitian mampu memberikan gambaran yang menyeluruh dan mendalam mengenai isu yang diteliti, serta menghadirkan analisis teoritis yang kuat dan bermakna tanpa harus melakukan pengumpulan data langsung di lapangan.

Hasil dan Diskusi

1. Studi Kasus Sengketa Merek Dagang di Indonesia

Berbagai sengketa merek dagang di Indonesia menunjukkan bagaimana hukum positif melindungi hak milik atas merek. Misalnya dalam kasus “Geprek Benu” melawan “I Am Geprek Benu”, Mahkamah Niaga Jakarta membatalkan pendaftaran merek “Geprek Benu” milik Ruben Onsu yang didaftarkan pada 7 Juni 2018. Pengadilan mempertimbangkan bahwa PT Ayam Geprek Benny Sujono telah mendaftarkan merek “I Am Geprek Benu” sejak 3 Mei 2017 lebih dahulu sehingga berhak atas nama tersebut. Keputusan Pengadilan Niaga menegaskan prinsip first-to-file, di mana pendaftar pertama memperoleh hak eksklusif atas merek. Selanjutnya, pengadilan menilai pendaftaran “Geprek Benu” oleh Ruben Onsu dilakukan dengan itikad tidak baik karena menyertakan elemen serupa (nama “Benu”, logo ayam, warna) dengan merek terdahulu (Angelica et al., 2021). Atas dasar ini, permohonan pembatalan merek Ruben Onsu dikabulkan dan pendaftarannya dibatalkan.

Contoh lain, sengketa merek antara PT Gudang Garam dan PT Gudang Baru melibatkan kemiripan nama dan logo. Dalam perkara ini Pengadilan Niaga Surabaya menyatakan bahwa merek “Gudang Baru” sangat

mirip dengan merek terkenal “Gudang Garam” sehingga melanggar Pasal 21 UU No. 20/2016. Hakim menemukan bahwa gaya huruf, komposisi, warna, dan ejaan kedua merek menimbulkan kebingungan konsumen. Oleh karena itu, merek “Gudang Baru” dibatalkan oleh pengadilan niaga, dan DJKI diperintahkan menolak setiap pendaftaran merek baru yang menggunakan elemen serupa (Denny et al., 2022). Putusan tersebut menegaskan perlunya efek jera untuk mencegah plagiarisme merek terkenal. Dalam banding ke Mahkamah Agung, PT Gudang Baru tetap gagal membuktikan itikad baik, sehingga pendaftaran mereknya secara keseluruhan dibatalkan.

Kasus lain menunjukkan perlindungan hukum bagi pemegang merek yang dominan di pasar. Dalam sengketa MS Glow (pemilik merek kosmetik MS Glow) melawan PS Store (pemilik merek PS Store Glow), Pengadilan Niaga Medan memutus pembatalan tiga pendaftaran merek “PS Store Glow” (termasuk varian “Men”) milik tergugat. Majelis Hakim menemukan bahwa merek PS Store Glow meniru merek MS Glow pada pokoknya dengan itikad tidak baik. Pengadilan mencatat kemiripan produk, desain logo, dan penggunaan nama serta bahwa pihak tergugat sengaja membonceng popularitas merek MS Glow (Prameswari & Aidi, 2024). Karena itu hakim membatalkan pendaftaran merek PS Store Glow dan memerintahkan DJKI mencoret semua pendaftaran tersebut dari Daftar Umum Merek. Keputusan ini memastikan hanya MS Glow yang memiliki hak eksklusif atas merek dagangnya.

Selain perkara niaga, sengketa merek juga muncul di ranah konstitusi. Misalnya, Ricky Thio – pemilik merek “HDCVI & LOGO” – mengajukan uji materiil Pasal 74 UU Merek ke Mahkamah Konstitusi. Ia berpendapat bahwa ketentuan penghapusan merek tidak digunakan selama tiga tahun berturut-turut merugikan UMKM dan bertentangan dengan Pasal 28H ayat (4) UUD 1945 tentang hak milik (Putusan Nomor 144/PUU-XXI/2023, 2023). Pemeriksaan perkara ini mencerminkan bahwa konstitusi menjadi tolok ukur perlindungan hak atas merek: Mahkamah Konstitusi mempertimbangkan kondisi luar biasa (misalnya pandemi COVID-19) dan akhirnya mengubah ketentuan tersebut menjadi lima tahun guna menyeimbangkan kepentingan pemilik merek UMKM dengan asas keadilan dan kepastian hukum.

2. Implementasi Pasal 28H Ayat (4) UUD 1945 dalam Perlindungan Merek Dagang

Pasal 28H ayat (4) UUD 1945 menegaskan jaminan negara atas hak kepemilikan pribadi dan kekayaan, yang tidak boleh diambil secara sewenang-wenang (Arfah et al., 2025). Dalam konteks merek dagang, hal ini berarti hak eksklusif atas merek yang telah terdaftar merupakan bagian dari hak milik konstitusional pelaku usaha. Penerapan aturan hukum merek (hukum positif) harus selaras dengan prinsip tersebut: pencabutan atau pembatalan merek hanya dapat dilakukan melalui prosedur hukum yang adil dan berdasarkan kepentingan umum yang kuat. Misalnya, meskipun UU Merek mengatur mekanisme penghapusan merek karena tidak digunakan, ketentuan tersebut harus diinterpretasikan agar tidak menciderai jaminan kepemilikan. Sebagaimana diingatkan dalam putusan MS Glow, pendaftaran merek sebaiknya dijaga sebagai hak eksklusif pemiliknya (Prameswari & Aidi, 2024).

Dalam praktiknya, pengadilan niaga dan MK menggunakan Pasal 28H (4) sebagai dasar konstitusional untuk menilai keabsahan pembatasan hak merek. Hakim memperhatikan apakah tindakan seperti pembatalan pendaftaran dilakukan tanpa itikad baik atau melanggar asas kepastian hukum dan kemanfaatan. Putusan-putusan di atas mencerminkan bahwa hukum positif (UU Merek) dan hukum konstitusi bersinggungan dalam

memberikan efek proteksi maksimal terhadap hak milik. Sebagaimana dicatat dalam literatur hukum, “Pasal 28H ayat (4) UUD 1945” menjamin hak atas kepemilikan pribadi yang tidak dapat disita secara sewenang-wenang (Arfah et al., 2025). Dengan demikian, pengadilan menegaskan bahwa penerapan hukum merek harus memperhatikan keadilan bagi pemilik merek, serta kepentingan publik.

Secara keseluruhan, perlindungan merek dagang di Indonesia bersifat multidimensi: hukum positif menetapkan mekanisme pendaftaran dan persengketaan, sedangkan konstitusi (melalui Pasal 28H (4) dan ketentuan hak asasi lainnya) menjadi landasan normatif yang memastikan hak milik atas merek terlindungi dan tidak dihapus tanpa alasan yang sah. Kasus-kasus di atas menunjukkan bagaimana pengadilan memadukan kedua sumber hukum tersebut: keputusan niaga menerapkan norma Undang-Undang Merek dalam kerangka asas itikad baik dan kepastian, sementara koreksi konstitusional (seperti penyesuaian jangka waktu non-use) memastikan perlindungan hak milik tetap sesuai amanat UUD 1945.

Kesimpulan

Perlindungan terhadap merek dagang di Indonesia tidak hanya bersandar pada hukum positif, seperti UU No. 20 Tahun 2016, tetapi juga memiliki landasan konstitusional melalui Pasal 28H ayat (4) UUD 1945 yang menjamin hak milik pribadi. Ini menegaskan bahwa hak atas merek merupakan bagian dari hak asasi yang harus dilindungi secara menyeluruh. Melalui berbagai studi kasus, seperti sengketa merek “Geprek Benu” dan “MS Glow”, terlihat bahwa prinsip first-to-file, itikad baik, dan kepastian hukum sangat penting dalam menentukan siapa yang sah memiliki hak atas sebuah merek. Pengadilan juga berperan penting dalam menjaga agar proses pendaftaran dan pembatalan merek tidak dilakukan secara sewenang-wenang. Oleh karena itu, perlindungan hukum atas merek dagang harus memperhatikan keseimbangan antara kepentingan bisnis dan perlindungan hak konstitusional. Penguatan regulasi dan penegakan hukum yang konsisten sangat dibutuhkan agar hak milik atas merek benar-benar memberikan kepastian dan perlindungan bagi para pelaku usaha, sekaligus mendukung terciptanya iklim usaha yang adil dan sehat.

Referensi

1. Amal, B. (2024). *Pembaharuan Hukum Tanah Nasional dalam Rangka Memberikan Perlindungan dan Kepastian Hukum Pemegang Sertipikat Hak Milik*. 06(November), 1–16.
2. Amina G, K. (2025). The Impact of Globalization on Intellectual Property Law Communication. *Research Invention Journal of Current Research in Humanities and Social Sciences*, 4(1), 24–31.
3. Angelica, C., Lie, G., & Rizqy Syailendra, M. P. (2021). Sengketa Hak Merek Dagang Geprek Benu Melawan I Am Geprek Benu. *Nilai Budaya Indigenous Sebagai Pendukung Sustainable Development Di Era Industri 4.0.*, 311–318.
4. Antariksa, B. (2017). Landasan Filosofis dan Sejarah Perkembangan Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual: Relevansinya bagi Kepentingan Pembangunan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 1(1), 1–21.
5. Arfah, A., Evelin, A., Parulian, H., Fitriani, M., Anuar, R., Prasetyo, H., & Winanti, A. (2025). Penghapusan Merek WIN Terdaftar yang Tidak Digunakan dalam Kegiatan Perdagangan Berdasarkan Kepentingan Pihak Ketiga (Studi Kasus Putusan Pengadilan Niaga Jakarta Pusat Nomor 45/Pdt.Sus-

- HKI/Merek/2023/PN.Niaga.Jkt.Pst). *Intelletika: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(1), 67–84.
6. Denny, Liegestu, Y. P., Novika, N., & Patros, A. (2022). Penyelesaian Sengketa Merek di Indonesia: Studi Putusan. *Sapientia Et Virtus*, 7(2), 148–163. <https://doi.org/10.37477/sev.v7i2.377>
 7. dgip.go.id. (2025). *Dinamika Sengketa Merek Denza antara BYD vs PT WNA: Pelindungan Kekayaan Intelektual yang Adil*. Kementerian Hukum RI Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual.
 8. Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). Metode Penelitian Kualitatif. In H. Abadi (Ed.), *Revista Brasileira de Linguística Aplicada* (Pertama, Vol. 5). Cv. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
 9. Irawati, N., & Santoso, B. (2024). Pelanggaran Hak Atas Merek dan Upaya Penyelesaiannya (Studi Putusan No. 2/Pdt.Sus-HKI/Merek/2022/PN.Niaga.Sby). *Notarius*, 17(3), 2020–2037.
 10. Putusan Nomor 144/PUU-XXI/2023, Pub. L. No. Nomor 144/PUU-XXI/2023 DEMI, 224 (2023).
 11. Prameswari, A., & Aidi, Z. (2024). *Penyelesaian Sengketa Merek di Indonesia Studi Kasus Antara MS GLOW vs PS GLOW*. 17, 780–793.
 12. Ramadhan, C., Siregar, F. Y. D., & Wibowo, B. F. (2023). *Buku Ajar Buku Ajar Hak Kekayaan Intelektual*. Universitas Medan Area Press.
 13. Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Alfabeta.