

# Perlindungan Hukum Pemilik Merek Polo yang dihapus Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2016

**Muhammad Rizki \***

Prodi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

[muhammadrizki12004@gmail.com](mailto:muhammadrizki12004@gmail.com)

**Abstract.** The purpose of this research is to understand legal protection in trademark disputes involving deleted trademarks, using the case study of Judge's Decision No. 9 PK/Pdt.Sus-HKI/2024 in connection with Law No. 20 of 2016 concerning Trademarks and Geographical Indications. The research also aims to analyze the implications of the judge's decision in resolving disputes over deleted trademark rights, as studied in Decision No. 9 PK/Pdt.Sus-HKI/2024, in the context of the same law. This study adopts a normative juridical approach by collecting legal materials in the form of statutory regulations. The research findings indicate that PT Polo Ralph Lauren Indonesia is entitled to legal protection for a period of 10 (ten) years from the date of acceptance, and that protection period may be extended for the same duration, as stipulated in Article 35 of Law No. 20 of 2016 concerning Trademarks and Geographical Indications. As a result of the judge's decision in the trademark dispute, PT Polo Ralph Lauren is no longer permitted to produce or even sell its products, as the trademark has been deleted and can no longer be used. Furthermore, the company is required to pay legal fees of IDR 5,000,000 under Decision No. 465K/Pdt.Sus-HKI/2023, and IDR 10,000,000 under Decision No. 9 PK/Pdt.Sus-HKI/2024. This study proposes the necessity for more specific regulations regarding legal protection for Polo trademarks, including clear provisions on liability limits and rights in cases involving suspected trademark transfers. The research is expected to contribute ideas for improving the legal protection system for Polo trademarks and to serve as a consideration for policymakers in formulating clearer.

**Keywords:** *Polo Trademark, Legal Protection, Trademark Transfer*

**Abstrak.** Tujuan dari penelitian ini untuk memahami perlindungan hukum dalam sengketa merek yang sudah dihapuskan studi kasus putusan hakim No. 9 PK/Pdt.Sus-HKI/2024 dihubungkan dengan UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, serta untuk memahami implikasi putusan Hakim dalam memutus sengketa hak merek yang sudah dihapuskan studi Putusan No. 9 PK/Pdt-Sus-HKI/2024 dihubungkan dengan UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif dengan mengumpulkan bahan-bahan hukum berupa Peraturan-perundangan. Hasil dari penelitian ini PT Polo Ralph Lauren Indonesia berhak mendapatkan perlindungan hukum untuk jangka waktu 10 (sepuluh) tahun sejak tanggal penerimaan dan jangka waktu perlindungan itu dapat diperpanjang dan dapat diperpanjang dengan jangka waktu yang sama terdapat dalam Pasal 35 UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Dan hasil implikasi dari putusan Hakim dalam memutus sengketa hak merek PT Polo Ralph Lauren menyebabkan tidak dapat lagi memproduksi bahkan menjual produk-produknya di hapuskan dan tidak dapat digunakan lagi, serta perlu mengeluarkan biaya hukum sebesar Rp.5.000.000,00 pada putusan No. 465K/Pdt.Sus-HKI/2023, dan Rp. 10.000.000,00. putusan No. 9 PK/Pdt.Sus-HKI/2024. Penelitian ini mengusulkan perlunya peraturan yang lebih spesifik mengenai perlindungan hukum bagi merek polo, termasuk pengaturan yang jelas tentang batas tanggung jawab serta hak-hak mereka dalam kasus yang melibatkan dugaan pengalihan merek. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran untuk memperbaiki sistem perlindungan hukum bagi merek polo dan menjadi pertimbangan bagi pembuat kebijakan dalam merumuskan peraturan yang lebih jelas.

**Kata Kunci:** *Merek Polo, Perlindungan hukum, Pengalihan Merek.*

## A. Pendahuluan

Hak Kekayaan Intelektual adalah suatu sistem yang sekarang ini melekat pada tata kehidupan modern. Fungsi merek agar terwujudnya karya intelektual yang memiliki peran penting bagi kelancaran dan peningkatan perdagangan barang atau jasa. Hak kekayaan Intelektual sebenarnya tidak hanya mengacu pada merek, tetapi juga pada desain, rahasia dagang, tata letak dan sebagainya yang telah didaftarkan ke Direktorat Pelindungan HKI. Merek sebagai bentuk identitas yang melekat pada produk untuk menjadi pembeda terhadap produk serupa atau terhadap penguatan produk karena citra merek tersebut. Merek menjadi fungsi identitas dan jaminan dari produsen kepada konsumen terkait produknya, dengan jaminan merek tersebut dapat memberikan kepercayaan publik kepada masyarakat, baik identitas merek tersebut dikeluarkan oleh individu, komunitas ataupun badan hukum. Merek juga dapat menjadi daya promosi dalam persaingan bisnis suatu produk.

Merek adalah salah satu karya intelektual manusia yang erat hubungannya dengan kegiatan ekonomi dan perdagangan memegang peranan yang sangat penting. Fungsi Merek bertujuan untuk terwujudnya karya intelektual yang memiliki peran penting bagi kelancaran dan peningkatan perdagangan barang atau jasa. Perdagangan dengan keterlibatan produk dan pelaku usaha seringkali terjadi suatu konflik atau permasalahan mengenai Hak Kekayaan Intelektual, salah satunya adalah Merek, sehingga perlindungan terhadap merek benar-benar menjadi upaya dalam menjaga kestabilan perekonomian di pasar nasional maupun internasional.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menjelaskan bahwa merek salah satu upaya menstabilkan persaingan usaha yang sehat, adil, memiliki perlindungan kepada konsumen dan kepada usaha yang jalankan tersebut, baik lingkup mikro ataupun makro. Pasal 1 dalam Undang-Undang tersebut menjelaskan bahwa merek adalah sebuah tanda yang tanda tersebut dapat ditampilkan secara grafis, baik terdiri dari susunan gambar, satuan huruf atau susunannya, satuan angka atau susunan-susunan simbol yang menjadi suatu tanda berbentuk dua dimensi, suara yang terdiri dari beberapa dimensi, gambar berwarna atau merupakan gabungan dari simbol tersebut.

Perlindungan hukum yang diberikan terhadap suatu merek dagang bukan hanya bertujuan untuk memberikan keuntungan pada pihak produsen tetapi juga untuk memberikan perlindungan pada pihak konsumen. Maka dari itu perlindungan terhadap suatu merek sudah seharusnya diatur dengan tegas supaya konsumen dapat terlindungi dari adanya pemalsuan barang atau jasa yang menggunakan suatu merek secara tidak sah.

Pada Tanggal 20 November 1982 Permohonan Merek Polo by Ralph Lauren Dan Logo Orang Menunggang Kuda Diajukan Pertama Kali Atas Nama Jon Whiteley Yang Kemudian Terdaftar Pada Tanggal 5 Juli 1983 Untuk Jangka Waktu Sepuluh Tahun (Sampai Dengan 5 Juli 1993).

Pada tanggal 3 Maret 1986 Mohindar H.B membeli merek tersebut dari Jon Whiteley berdasarkan Akta Jual Beli (AJB). Tahun 1993, Mohindar H.B. memperpanjang Hak atas merek yang dimilikinya, kemudian berlaku sampai dengan 5 Juli 2003. Mohindar, melalui tim hukumnya, menegaskan kepemilikan sah atas merek "Polo Ralph Lauren" berdasarkan perjanjian jual beli tahun 1986 dengan nomor pendaftaran merek 173934.

Tahun 1992, PT Manggala Putra Perkasa membeli merek Polo By Ralph Lauren dan Logo Orang Menunggang Kuda tersebut dari Jon Whiteley dengan akte Notaris tanggal 17 Juni 1992 dan 25 September 1992. Di titik inilah awal mula terjadinya perselisihan dimana Jon Whiteley menjual objek yang sudah tidak dimilikinya. PT Manggala Putra Perkasa memberikan mereknya kepada PT Polo Ralph Lauren Indonesia pada tanggal 7 Maret 2016 atas nomor 52727, namun dianggap tidak sah dalam persidangan.

Pasal 41 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Perlindungan hak atas merek hanya diberikan kepada pemilik merek yang telah mendaftarkan mereknya. Pasal 21 ayat (1) huruf a UU No. 20 Tahun 2016, pendaftaran merek harus ditolak jika merek tersebut memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek terkenal yang dimiliki oleh pihak lain atau dimohonkan lebih dahulu oleh pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis.

Dalam kasus Studi Putusan No. 9 PK/Pdt.Sus-HKI/2024 dimana dalam kasus ini Perusahaan PT Ralph Lauren Indonesia memiliki hak merek dagang yang sah. Namun Mohindar,H.B sudah mencabut hak merek dagangnya pada putusan nomor 140/pdt.g/1995/PN.jkt.pst dan putusan MA nomor 3101 K/pdt/1999. Kemudian dalam Studi Putusan No. 9 PK/Pdt.Sus-HKI/2024 tersebut Mohindar,H.B mendapatkan hak merek dagangnya kembali.

Dalam kasus Studi Putusan No. 9 PK/Pdt.Sus-HKI/2024 dimana dalam kasus ini Perusahaan

PT Ralph Lauren Indonesia memiliki hak merek dagang yang sah. Namun Mohindar, H.B sudah mencabut hak merek dagangnya pada putusan nomor 140/pdt.g/1995/PN.jkt.pst dan putusan MA nomor 3101 K/pdt/1999. Kemudian dalam Studi Putusan No. 9 PK/Pdt.Sus-HKI/2024 tersebut Mohindar, H.B mendapatkan hak merek dagangnya kembali. Penulis juga menggunakan beberapa teori dalam kerangka pemikiran.

Perlindungan hukum memberikan pengayoman kepada hak asasi manusia yang dirugikan orang lain dan perlindungan tersebut diberikan kepada masyarakat agar mereka dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum. Sistem perlindungan yang demikian merupakan sistem yang bersifat Konstitutif, hal ini dikarenakan Indonesia menganut sistem pendaftaran pertama disebut juga *first to file principle*. Artinya pihak yang melakukan pendaftaran lebih dahulu, maka dialah yang berhak terhadap suatu merek Sejalan dengan Pasal 3 Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis yang menyatakan bahwa hak atas merek diperoleh setelah merek tersebut terdaftar. Perlindungan hukum diberikan kepada pemegang hak eksklusif untuk produk yang mereknya telah terdaftar, yaitu:

Perlindungan hukum dari praktik pemalsuan merek dagang yang merupakan bentuk persaingan tidak jujur. Apabila perbuatan dimaksud dilakukan oleh pengusaha yang tidak mempunyai iktikad baik dengan sengaja tanpa hak untuk menggunakan merek yang sama secara keseluruhan dengan merek terdaftar milik pihak lain atas barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, sebagaimana diatur dalam Pasal 100 ayat (1) Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis.

Perlindungan hukum dari praktik peniruan merek (*passing off*), yaitu upaya penggunaan merek dengan meniru merek terkenal (*well know trade mark*) atas merek barang atau jasa yang dihasilkannya. Hal ini dimaksudkan untuk menipu dan membingungkan konsumen sehingga konsumen salah memilih barang. Bagi mereka yang melakukan *passing off* itu bisa membawa manfaat, tetapi bagi mereka yang dibonceng, mereka bisa mengalami kerugian yang signifikan.

Menurut Philipus M. Hadjon perlindungan hukum merupakan suatu tindakan yang diberikan oleh pemerintah kepada rakyatnya. Menurut teori ini, perlindungan hukum dibagi menjadi dua yaitu perlindungan hukum preventif dan perlindungan hukum responsif. Perlindungan hukum preventif mempunyai tujuan untuk mencegah adanya sengketa dengan cara penerapan prinsip kehati-hatian oleh pemerintah berdasarkan diskresi dan perlindungan hukum responsif mempunyai tujuan untuk mencegah terjadinya sengketa yang ada di masyarakat serta sengketa yang ada di pengadilan, dapat dipahami melalui dua macam sarana perlindungan hukum, sebagai berikut:

Pada perlindungan hukum preventif ini, subjek hukum diberikan kesempatan untuk mengajukan keberatan atau pendapatnya sebelum suatu keputusan pemerintah, tujuannya adalah mencegah terjadinya sengketa. Perlindungan hukum preventif sangat besar artinya bagi tindakan pemerintahan yang didasarkan pada kebebasan bertindak karena dengan adanya perlindungan hukum yang preventif pemerintah terdorong untuk bersifat hati-hati dalam mengambil keputusan yang didasarkan pada diskresi. Perlindungan hukum yang represif bertujuan untuk menyelesaikan sengketa. Penanganan perlindungan hukum oleh Pengadilan Umum dan Pengadilan Administrasi di Indonesia termasuk kategori perlindungan hukum ini. Prinsip perlindungan hukum terhadap tindakan pemerintah bertumpu dan bersumber dari konsep tentang pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia karena

Menurut sejarah dari barat, lahirnya konsep-konsep tentang pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia diarahkan kepada pembatasan-pembatasan dan peletakan kewajiban masyarakat dan pemerintah. Menurut ahli M. Isnaeni perlindungan hukum dapat di golongan menjadi dua macam berdasarkan dengan sumbernya yaitu perlindungan hukum internal dan perlindungan hukum eksternal.<sup>15</sup> Perlindungan hukum internal pada hakekatnya merupakan perlindungan hukum yang dibuat sendiri oleh para pihak dalam pembuatan suatu perjanjian, yang dimana pada waktu pembuatan klausula-klausula kontrak, para pihak mencapai kata sepakat demi kepentingannya terpenuhi. Maka dengan adanya kata sepakat tersebut dalam suatu perjanjian, diharapkan dapat meminimalisir resiko terjadinya sengketa sehingga perjanjian tersebut akan menimbulkan perlindungan hukum bagi para pihak, sebagai berikut.

Dapat diperoleh jika kedudukan para pihak relatif sama atau sederajat, dalam artian berdasarkan asas kebebasan berkontrak para pihak bebas untuk menentukan suatu isi perjanjian demi memenuhi kepentingannya masing-masing. Sehingga perlindungan hukum ini diperoleh pada waktu para pihak menyusun isi perjanjian yang disepakati, sehingga perlindungan hukum dapat terwujud secara lugas atas inisiatif dari para pihak.

Ialah perlindungan hukum yang dibuat oleh penguasa lewat regulasi demi kepentingan pihak yang lemah, sesuai dengan pedoman perundang-undangan yang mempunyai makna hukum tidak boleh bersifat memihak, dan harus diberikan perlindungan hukum yang sama kepada pihak lainnya.<sup>17</sup> Sebab dalam penerapannya, sangat dimungkinkan pada saat dibuatnya suatu perjanjian ada suatu pihak yang relatif lebih kuat dibandingkan dengan pihak mitranya, namun dalam segyanya pihak yang relatif kuat seringkali terjerumus menjadi pihak yang lemah dan teraniaya, yakni pada saat debitur terbukti melakukan.

Pemilik merek memperoleh perlindungan dalam ruang lingkup yang meliputi penggunaan tanda merek terhadap barang dan/atau jasa pada kemasan dalam bentuk logo, label atau gambar serta menikmati secara eksklusif manifestasi yang lahir dari merek salah satunya adalah hak ekonomi.

Selanjutnya penggunaan merek sebagai alat mendapatkan keuntungan dalam kegiatan perdagangan yang meliputi pemasaran barang dan penyimpanan barang yang dilindungi hak merek sepanjang tidak bertentangan dengan ketentuan yang berlaku. Merek terkenal yang walaupun tidak terdaftar di Indonesia, namun tetap tidak menghilangkan perlindungan hukum terhadap pemegang merek tersebut. Karena setiap pengajuan permohonan pendaftaran merek tentunya dilakukan pemeriksaan substantif dimana dalam proses ini salah satu hal yang dipertimbangkan adalah apakah merek yang didaftarkan tersebut baik merupakan merek yang telah terdaftar ataupun merupakan merek terkenal sebagaimana yang diatur dalam Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis.

### **Teori Perlindungan Bagi Pemilik Merek**

Menurut Robert C. Sherwood, teori perlindungan Hak Kekayaan Intelektual adalah sebagai berikut:

1. Reward Theory  
Pencipta atau penemu diberikan penghargaan atas usaha yang telah dilakukan berupa pengakuan terhadap hasil karya intelektualnya.
2. Recovery Theory  
Pencipta atau penemu berhak mendapatkan timbal balik sehingga menghasilkan sesuatu, dimana dalam prosesnya telah mengorbankan waktu, tenaga, dan biaya berupa perolehan kembali penemuan yang bermanfaat untuk publik tersebut.
3. Incentive Theory  
Insentif diperlukan atas hasil kreativitas dalam hasil karya intelektual sehingga memberikan motivasi dalam kegiatan penelitian selanjutnya yang bermanfaat.
4. Risk Theory  
Perlindungan hasil karya intelektual diberikan atas dasar risiko yang dialami dalam proses pembuatan atau penelitian suatu karya.
5. Economic Growth

Stimulus Theory Hak milik intelektual merupakan alat pembangunan dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara. Perlindungan bagi pemilik merek sangat penting untuk menjaga hak dan kepentingan mereka. Secara hukum, merek yang terdaftar mendapatkan perlindungan dari pemalsuan dan penggunaan tanpa izin. Hal ini mencakup hak eksklusif untuk menggunakan merek tersebut dalam perdagangan, yang membantu mencegah kompetitor meniru produk atau layanan. Perlindungan ini juga berfungsi sebagai sarana identifikasi yang memudahkan konsumen dalam mengenali produk asli, sehingga meningkatkan loyalitas pelanggan dan kepercayaan terhadap kualitas produk.

Dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk mencegah ketidakadilan untuk pemilik merek polo yang memberikan opini serta untuk mengkaji pertanggungjawaban apa yang digunakan untuk diduganya pengalihan merek dan penelitian ini diharapkan memberikan pengetahuan mengenai perusahaan merek Polo by Ralph Lauren Indonesia yang diduga melakukan peniruan merek dan melakukan itikad yang tidak baik dalam terhadap opini yang diberikan serta menganalisis putusan akhir dari kasus merek polo. Secara teoritis penelitian ini bisa dijadikan wawasan untuk kita semua di kemudian hari yang tertarik menjadi Perusahaan merek Polo By Ralph Lauren Indonesia serta bagaimana peran keadilan dalam perusahaan. Lalu, secara praktis penelitian ini bertujuan untuk pemilik merek polo sebagai masukan untuk mencegah peran para pemilik merek polo pertama yang bisa mendapatkan hak mereknya Kembali terhadap opini yang ia berikan. Lalu, bagi perusahaan hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan kepada perusahaan terhadap pentingnya perlindungan hukum kepada pemilik merek polo. Dan bagi pemerintah diharapkan dapat dijadikan

acuan bagi pemerintah supaya bisa menjadikan perlindungan hukum terhadap merek polo agar tidak adanya kesalahan dalam pengalihan merek atas opini yang telah diberikan.

Perusahaan merek Polo by Ralph Lauren adalah salah satu merek pakaian dan aksesoris paling terkenal di dunia, yang didirikan oleh desainer Ralph Lauren pada tahun 1967. Merek ini terkenal dengan logo ikonik berupa seorang pemain polo yang menunggang kuda, yang menjadi simbol kemewahan dan gaya hidup elegan. Produk-Produk Polo Ralph Lauren mencakup berbagai kategori, mulai dari pakaian pria, wanita, dan anak-anak, hingga aksesoris, parfum, dan barang-barang rumah tangga. Gaya khas Polo Ralph Lauren menggabungkan elemen-elemen klasik Amerika dengan sentuhan modern, menciptakan estetika yang abadi dan mewah. Merek ini telah berhasil membangun reputasi yang kuat di pasar global melalui kualitas tinggi, desain yang elegan, dan kampanye pemasaran yang efektif.

## **B. Metode**

Pada Penelitian ini penulis memakai metode yudis normatif, metode ini berperan untuk mengkaji data sekunder. Penelitian ini juga sering disebut dengan penelitian hukum doktrinal yaitu penelitian hukum yang memakai data sekunder serta mempelajari dan mengkaji asas-asas hukum khususnya kaidah-kaidah hukum positif yang berasal dari bahan-bahan kepustakaan dan peraturan perundang-undangan.

Penelitian ini bersifat deksriptif analitis, yaitu suatu penelitian yang tidak hanya menggambarkan objek yang diteliti, tetapi juga menganalisisnya secara mendalam dengan memperhatikan kualitas data yang relevan. Data yang dikumpulkan dari data sekunder, baik dari data primer yang akan dipelajari sebagai suatu kesatuan yang utuh, dengan peneliti memilih hanya data yang berkualitas dan relevan untuk analisis. Peneliti menggunakan teori-teori dan pendapat ahli untuk memperkuat hasil penelitian, memastikan bahwa penelitian ini didasarkan pada pengetahuan yang teruji dan dapat dipercaya, sehingga analisis yang dilakukan tidak hanya menggambarkan, tetapi juga memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang topik yang diteliti.

Penelitian yang dilakukan penulis adalah penelitian yuridis normatif, oleh karena itu digunakan data sekunder sebagai data utamanya, Data sekunder dalam penelitian ini bersumber dari bahan hukum primer, yaitu hukum perundang-undangan dan bahan hukum sekunder, yaitu berasal dari jurnal dan buku pendukung yang memiliki relevansi dengan penelitian yang dilakukan, Secara lengkapnya, data yang digunakan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode *library research* atau studi kepustakaan. Metode ini melibatkan penelitian yang dilakukan dengan membaca buku, majalah, dan sumber data lainnya yang tersedia di perpustakaan. Proses penelitian ini meliputi pengumpulan data dari berbagai literatur, tidak hanya terbatas pada buku, tetapi juga mencakup dokumen, majalah, surat kabar, dan sumber lainnya. Metode penelitian ini tidak mengharuskan peneliti untuk terjun langsung ke lapangan untuk melihat fakta secara langsung.

Data yang diperoleh dalam penelitian ini dianalisis menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu metode penelitian yang menghasilkan data dalam bentuk deskriptif analitis tanpa melibatkan rumus atau angka. Analisis ini berfokus pada pemaknaan mendalam terhadap fenomena yang diteliti dengan menyusun penjelasan yang bersifat naratif dan komprehensif. Peneliti menggunakan metode berpikir deduktif, yang dimulai dengan pengetahuan umum dan berakhir pada kesimpulan yang lebih spesifik dan terperinci. Pendekatan deduktif ini memungkinkan peneliti untuk menghubungkan teori atau konsep-konsep yang ada dengan data yang diperoleh, sehingga dapat menyusun argumen yang logis dan sistematis serta menghasilkan pemahaman baru yang relevan dan lebih mendalam mengenai permasalahan yang sedang diteliti.

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

### **Perlindungan Hukum Terhadap Pemilik Merek Polo**

Hasil penelitian ini merujuk pada teori Satjipto Rahardjo, perlindungan hukum adalah adanya upaya melindungi kepentingan seseorang dengan cara mengalokasikan suatu kekuasaan kepadanya untuk bertindak dalam rangka kepentingannya tersebut. Perlindungan hukum merupakan suatu hal yang melindungi subjek-subjek hukum melalui peraturan perundang-undangan yang berlaku dan

dipaksakan pelaksanaannya dengan menggunakan suatu sanksi. Perlindungan hukum dibedakan menjadi dua yaitu perlindungan hukum preventif dan perlindungan hukum represif.

Upaya preventif merupakan upaya yang mengarah pada tindakan yang bersifat pencegahan. Tujuannya untuk meminimalkan peluang terjadinya pelanggaran merek terkenal dagang lainnya. Langkah ini ditekankan pada pengawasan pemakaian merek, perlindungan terhadap hak eksklusif pemegang hak atas merek dagang terkenal asing dan anjuran kepada pemilik merek untuk mendaftarkan mereknya agar haknya terlindungi. Apalagi terhadap merek asing, pemegang hak mendapat perlakuan khusus untuk mengajukan permohonan pendaftaran merek dengan menggunakan hak prioritas yang harus diajukan dalam waktu paling lama 6 (enam) bulan sejak tanggal penerimaan permohonan pendaftaran merek yang pertama kali yang diterima negara lain." Upaya preventif yang dapat dilakukan seperti pendaftaran merek, pengawasan, pengalihan hak.

Upaya represif merupakan upaya yang dilakukan untuk menyelesaikan atau menanggulangi suatu peristiwa atau kejadian yang telah terjadi. perlindungan hukum yang represif ini diberikan apabila setelah terjadi pelanggaran hak atas merek. Kementerian perindustrian dan perdagangan dalam upayanya untuk merespon tindak pelanggaran yang terjadi telah membentuk tim pengawas bersama dengan instansi terkait seperti Kepolisian, Kejaksaan, yang selalu siap untuk melakukan sidak. Selain itu pemberian sanksi yang sesuai dengan hukum merek secara tegas dan jelas harus diterapkan sehingga dapat menimbulkan efek jera bagi pelaku pelanggaran yang diharapkan dapat menekan tindak pelanggaran merek dimasa yang akan datang. Pembinaan-pembinaan terhadap pelaku usaha baik yang melanggar maupun yang tidak melanggar akan terus mendapatkan pembinaan tidak hanya dalam bidang merek saja melainkan segala bidang yang terkait dalam proses perindustrian dan perdagangan, sehingga diharapkan proses perdagangan kedepannya dapat berjalan dengan baik. Upaya represif yang dilakukan terhadap kasus ini seperti, Gugatan ke Pengadilan niaga, penghentian penggunaan produk, penghapusan atau pembatalan merek.

Banyak juga mungkin alasan mengapa Mohindar H.B Ingin mendapatkan lagi hak merek dagangnya kembali, karena Indonesia menerapkan prinsip "*first to file*", Mohindar H.B juga mengklaim bahwa dia pemilik pertama merek tersebut, dengan pemulihan merek tersebut akan berdampak pada bisnis dan lapangan kerja dari pemilik merek sebelumnya.

Merek Dagang yang sudah dihapus memiliki hak eksklusif namun jangka waktu untuk Mohindar H.B sudah tidak mendapatkan lagi hak eksklusifnya, Hakim seharusnya dapat memberikan pertimbangan dalam memutus putusan tersebut karena Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis bisa memberikan perlindungan hukum terhadap PT Polo Ralph Lauren Indonesia.

Penelitian ini menunjukkan bahwa merek Polo by Ralph Lauren berhak memperoleh perlindungan hukum berdasarkan prinsip hukum yang berlaku, perlindungan tersebut sering kali terganggu oleh adanya konflik kepentingan dan ketidakjelasan dalam praktik hukum yang mengatur hubungan antara pengacara dan perusahaan. Berikut beberapa pembahasan yang sudah peneliti teliti seperti Bagaimana perlindungan hukum bagi merek polo dalam melaksanakan tugas perusahaan atas dugaan pengalihan merek.

### **Hasil Temuan Pertama**

Merek polo by Ralph Lauren dimiliki oleh John whitley pada tahun 1982 kemudian dijual kepada Mohindar H.B pada tahun 1986 kemudian John whitley menjual lagi hak merek dagangnya kepada Fahmi Babra pemilik PT Menggala Putra Perkasa (PT MPP), lalu PT MPP mengalihkan merek dagangnya kepada PT Polo by Ralph Lauren Indonesia (PT PRLI) pada tahun 1992.

### **Hasil Temuan Kedua**

Dalam kasus Merek Polo, merek dagang Mohindar H.B berlaku hingga tahun 2003, namun Mohindar H.B menghapus merek dagangnya putusan MA No. 3101 K/pdt/1999, yang dimana PT Polo by Ralph Lauren Indonesia masih memiliki merek dagangnya hingga tahun 2029

### **Analisis dan Pembahasan**

Mohindar H.B memang benar pemilik pertama yang memiliki merek polo, namun PT Polo by Ralph Lauren Indonesia mendaftarkan mereknya dalam akte notaris bahwa tidak ada lagi pengguna merek polo selain dia, serta dapat mendaftarkan mereknya kepada direktorat jendral pajak HAKI, PT PRLI tidak

ada niat untuk meniru bahkan mengambil hak merek tersebut. PT PRLI dapat di lindungi oleh Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis mengenai hak eksklusif yang diperoleh pemilik pertama terhadap penghapusan merek yang dilakukan oleh pemilik pertama.

#### **D. Kesimpulan**

PT Polo Ralph Lauren Indonesia berhak mendapatkan perlindungan hukum untuk jangka waktu 10 (sepuluh) tahun sejak tanggal penerimaan dan jangka waktu perlindungan itu dapat diperpanjang dan dapat diperpanjang dengan jangka waktu yang sama terdapat dalam Pasal 35 UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang dimana merek dagang pemilik pertama sudah dihapus.

Namun Indonesia menerapkan prinsip *first to file*, Sehingga pemilik pertama dimenangkan dalam persidangan. Hakim dapat mempertimbangkan hasil dari persidangan tersebut sebab ini merek terkenal yang bisa menyebabkan banyak implikasi terhadap putusan Hakim dalam memutus sengketa hak merek yang sudah dihapuskan studi Putusan No.9 PK/Pdt-Sus-HKI/2024 dihubungkan dengan Undang-Undang No.20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis menyebabkan tidak dapat lagi memproduksi bahkan menjual produk-produknya di hapuskan dan tidak dapat digunakan lagi, ini menyebabkan kehilangan pendapatan yang signifikan.

PT Polo Ralph Lauren dan PT MPP perlu mengeluarkan biaya hukum atas gugatan Mohindar H.B sebesar Rp.5.000.000,00 pada putusan Nomor 465K/Pdt.Sus-HKI/2023, dan Rp. 10.000.000,00. putusan Nomor 9 PK/Pdt.Sus-HKI/2024, serta banyaknya pemutusan hubungan kerja yang terjadi terhadap karyawan Polo by Ralph Lauren Indonesia yang signifikan. Keputusan yang diambil Hakim memberikan banyak kritik dari masyarakat terhadap Perlindungan Hukum terhadap PT Polo Ralph Lauren Indonesia. Dirjen Pajak juga dapat melakukan pemeriksaan lebih ketat terhadap pendaftaran merek dagang serta terhadap laporan keuangan PT Polo Ralph Lauren Indonesia untuk memastikan kepatuhan pajak.

#### **Ucapan Terimakasih**

Berisi ucapan terima kasih kepada pihak-pihak terkait yang membantu penelitian, atau dari pihak yang memberikan hibah atau dana untuk kegiatan riset.

#### **Daftar Pustaka**

- Kayla Andini Putri, Trini Handayani, Anita Kamilah, & Aji Mulyana. (2024). Perlindungan Hukum terhadap Kesehatan Mental Remaja: Pentingnya Komunikasi Efektif dalam Keluarga. *Jurnal Riset Ilmu Hukum*, 119–130. <https://doi.org/10.29313/jrih.v4i2.4523>
- Muhammad Raffi, & Eka Juarsa. (2023). Tindak Pidana Aborsi Ditinjau dari Perspektif HAM dan Hukum Positif Indonesia. *Jurnal Riset Ilmu Hukum*, 43–48. <https://doi.org/10.29313/jrih.v3i1.2130>
- Shafa Nabila, A., & Adnan, H. (2023). *Implikasi Hukum terhadap Influencer Muslim yang Tidak Membayar Pajak Penghasilan Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 Tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan*. <https://journal.sbpubliher.com/index.php/lol>
- Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat di Indonesia*, PT Bina Ilmu, Surabaya, 1987.
- M. Isnaeni, *Hukum Perdata Indonesia dalam Perspektif Modern*, Airlangga University Press, Surabaya, 2016.
- Rahmi Jened, *Hukum Merek (Trademark Law): Dalam Era Global Dan Integrasi Ekonomi*, PT PrenadaMedia Group, Surabaya, 2013.

- Neni Sri Imaniyati (dkk.), *Hukum Kekayaan Intelektual, Kekayaan Intelektual, Hak Kekayaan Intelektual, Hak Cipta, Paten, dan Merek, KENCANA*, ttp., 2024. Rahmi Jened, *Hukum Merek (Trademark Law) dalam Era Global & Integrasi Ekonomi*. (Jakarta: PT Kharisma Putra Utama, 2015).
- Berlian Try Meisya (dkk). *Pembuatan akta perjanjian HKI, 11 Desember 2023* <https://id.scribd.com/document/691404366/Tugas-HAKI>, Diakses Tanggal 16 November 2024.
- Achmad Zen Umar Purba, *Hak Kekayaan Intelektual Pasca TRIPs*, cet ke-1, (Bandung: Penerbit PT Alumni, 2005).
- Genies Wisnu Perdana, 30 July 2024, Memahami Aspek Hukum, Sengketa Merek Polo Ralph Lauren, <https://bplawyers.co.id/2024/07/30/memahami-aspek-hukum-sengketa-merek-polo-ralph-lauren/>, Diakses Tanggal 30 Oktober 2024.
- Genies Wisnu Perdana, 28 Agustus 2024, Jangka Waktu Merek: Perlindungan Merek Yang Tidak Diperpanjang, <https://smartlegal.id/hki/merek/2024/08/28/jangka-waktu-merek-perlindungan-merek-yang-tidak-diperpanjang/>, Diakses Tanggal 10 Januari 2025.