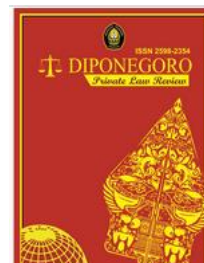


DIPONEGORO PRIVATE LAW REVIEW

<https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/dplr>



## Upaya Perlindungan Dan Penegakan Hukum Atas Tindakan Passing Off Dan Trademark Dilution Pada Merek Terkenal Di Indonesia

Ainis Apriliani Kurniawati, Nisa Khoirina, Meiza Qori Nelia, Mastulen Pakpahan, Isa Maulana

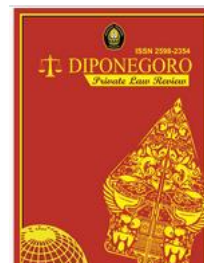
Fakultas Hukum, Universitas Negeri Semarang

✉ [gorineliameiza@students.unnes.ac.id](mailto:gorineliameiza@students.unnes.ac.id)

### ABSTRACT

*The use of brands on goods or services by producers is something that differentiates products from other products as a means of introducing them to the public. Current technological developments have both negative and positive impacts, one of which is in the field of trade, there are many violations committed by parties to increase the value of goods, one of which is the act of passing off famous brands in Indonesia. Legal enforcement of acts of passing off and trademark dilution of well-known brands in Indonesia is an important issue in brand law. The act of passing off refers to an unauthorized attempt to imitate a well-known brand, while trademark dilution refers to the weakening of a well-known brand's image due to unauthorized use. This review analyzes protection and law enforcement efforts related to the passing off and dilution of well-known brands in Indonesia. The purpose of this research is to examine legal policies, prevent brand misuse and enforce well-known trademark misuse laws. The research method used is a normative juridical method using a statutory and legal case approach. Based on these findings, standards for well-known brands in Indonesia are contained in Law Number 20 of 2016 concerning brands and geographical indications. However, obstacles to implementing and enforcing laws regarding well-known brands still exist. Therefore, this research concludes that there is a need to review existing legal guidelines to increase the effectiveness of protection and prosecution of misuse of well-known brands in Indonesia.*

**Keywords:** Brand, Passing Off, Legal Protection



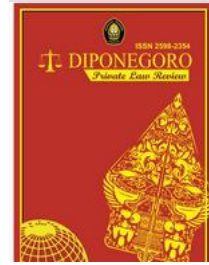
## ABSTRAK

Penggunaan merek pada barang atau jasa yang dilakukan oleh para produsen merupakan suatu hal pembeda produk yang dibuat dengan produk lain sebagai alat untuk memperkenalkan kepada masyarakat. Perkembangan teknologi saat ini memiliki dampak negatif dan positif, salah satunya di bidang perdagangan. Banyak sekali pelanggaran-pelanggaran yang dilakukan oleh para pihak untuk meningkatkan nilai suatu barang, salah satunya adalah tindakan *passing off* pada merek terkenal di Indonesia. Penegakan hukum terhadap tindakan *passing off* dan *trademark dilution* pada merek terkenal di Indonesia merupakan isu yang penting dalam hukum merek. Tindakan *passing off* merujuk pada upaya tidak sah untuk meniru merek terkenal, sementara *trademark dilution* mengacu pada melemahnya citra merek terkenal akibat penggunaan yang tidak sah. Tinjauan ini menganalisis upaya perlindungan dan penegakan hukum terkait dengan tindakan *passing off* dan *dilution* merek terkenal di Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji kebijakan hukum, mencegah penyalahgunaan merek dan menegakkan undang-undang penyalahgunaan merek dagang yang terkenal. Metode penelitian yang digunakan adalah metode yuridis normatif dengan menggunakan pendekatan perundang-undangan dan kasus hukum. Berdasarkan temuan tersebut, standar merek terkenal di Indonesia tertuang dalam UU Nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis. Namun, hambatan dalam penerapan dan penegakan hukum terkait merek terkenal masih ada. Oleh karena itu, di dalam penelitian ini menyimpulkan bahwa perlu adanya peninjauan kembali pedoman hukum yang ada untuk meningkatkan efektivitas perlindungan dan penuntutan terhadap penyalahgunaan merek terkenal di Indonesia.

**Kata Kunci:** Merek, *Passing Off*, Perlindungan Hukum

## PENDAHULUAN

Perkembangan perekonomian Indonesia saat ini tidak lepas dari perkembangan hak kekayaan intelektual. Salah satu hak kekayaan

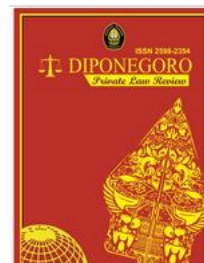
**DIPONEGORO PRIVATE LAW REVIEW**<https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/dplr>

intelektual yang dipermasalahkan adalah merek dagang. Merek adalah hak kekayaan intelektual. Salah satu kekayaan intelektual yang dilindungi hukum adalah merek. Merek menciptakan nilai ekonomi dalam praktik perdagangan karena digunakan sebagai alat untuk memperkenalkan barang dan jasa kepada konsumen yang berpotensi membeli. Sebuah merek juga menjadi pembeda suatu produk dengan produk perusahaan lain. Karena fungsionalitas penting bagi sebuah merek, diasumsikan bahwa kualitas produk sama dengan merek. Pentingnya fungsi merek sehingga ada anggapan bahwa barang yang dibeli memiliki kualitas yang sama. Berdasarkan pemahaman ini, jelas bahwa merek terkenal dan mahal lebih terlindungi dibandingkan merek biasa karena merupakan merek yang memiliki reputasi baik (Peter, 1997).

Selain itu merek yang digunakan mempunyai fungsi yang lain yaitu sebagai salah satu bentuk penanda dalam produk yang diciptakan guna memenuhi kebutuhan para konsumen. Bagi para konsumen merek ini memiliki manfaat yang sangat luas, selain mempertahankan kualitas harga diri, merek tersebut digunakan dalam mempermudah identifikasi barang. Hal ini semakin menunjukkan bahwa fungsi merek sebagai jaminan kualitas, terutama untuk barang-barang berkualitas tinggi. Posisi merek di masyarakat meningkatkan reputasi merek dan produksi barang dan jasa. Kebutuhan akan perlindungan hukum pada merek dagang semakin meningkat untuk menghilangkan persaingan yang tidak sehat antar pihak (Firmansyah, 2011).

Perdagangan adalah salah satu contoh bagaimana kemajuan teknologi saat ini memiliki efek baik dan buruk pada masyarakat. Merek yang melekat pada produk yang sudah dikenal masyarakat dan memiliki reputasi baik dapat mengalami persaingan usaha tidak sehat. Produsen sering memanfaatkan merek terkenal dengan membuat merek lain yang cenderung mirip dengannya untuk mengejar ketenaran merek tersebut. Produsen menghindari mengeluarkan lebih banyak uang untuk mempromosikan produk mereka. Jika *passing off* ilegal, pihak pemegang merek asli dapat dirugikan. Merek terkenal yang keunggulannya telah diakui oleh pelanggan sering menjadi sasaran penyalahgunaan penggunaan merek. Demi memenuhi kepentingan pribadinya pelanggaran

---

**DIPONEGORO PRIVATE LAW REVIEW**<https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/dplr>

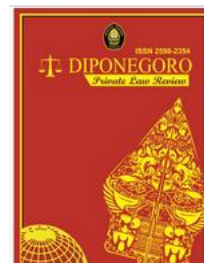
---

merek dagang ini sering dilakukan, sehingga mudah melanggar hukum, hal ini disebabkan karena dalam melakukan pendaftaran merek dapat dilakukan dengan cara yang mudah.

Seringnya terjadi sengketa merek terkenal di Indonesia, seperti perselisihan antara IKEA Ratania Khatulistiwa dan PT. Inter IKEA System B.V Swedia, perselisihan antara produk Camilo yang melanggar merek dari salah satu produk dari PT. Nestle Indonesia yaitu Milo. Pengaturan mengenai *passing off* dan *dilution* belum dimuat secara lengkap dan jelas dalam Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kebijakan hukum yang melindungi penggunaan merek dagang terkenal secara tidak sah dan menegakkan hukum terhadap penggunaan merek terkenal yang tidak sah. Beberapa artikel yang dibahas dalam penelitian ini adalah "Hukum Merek (Trademark law) dalam Era Global dan Integrasi Ekonomi" oleh Rahmi Jened, "Perlindungan Hukum Merek Terkenal di Indonesia" oleh Suyud Margono, dan "Perlindungan pada merek asing dan Terkenal (Well Known Mark) atas *passing off* di *platform marketplace* Indonesia" oleh Rizki Nurul Fauziah. Penelitian ini diharapkan dapat membantu meningkatkan efektivitas perlindungan dan penegakan terhadap penyalahgunaan merek terkenal di Indonesia.

Tindakan *passing off* merujuk pada upaya tidak sah untuk meniru merek terkenal, sementara *trademark dilution* mengacu pada melemahnya citra merek terkenal akibat penggunaan yang tidak sah. UU NO 20 Tahun 2016 mengenai Merek dan Indikasi Geografis dalam mengatur penegakan hukum serta memberikan perlindungan terhadap tindakan yang merugikan tersebut. Perlindungan hukum yang efektif dan penegakan hukum yang strategis diperlukan untuk mencegah tindakan tersebut. Meskipun diciptakannya peraturan tentang merek tersebut untuk perlindungan merek terkenal, diperlukan implementasi dan penegakan hukum yang efektif. Kerja sama antara pemegang merek, pemerintah, dan lembaga penegakan hukum juga penting untuk menangani tindakan *passing off* dan *trademark dilution* secara efektif.

Untuk mendukung artikel yang telah dibuat, maka dapat dilihat perbandingan artikel kami upaya perlindungan dan penegakan hukum

**DIPONEGORO PRIVATE LAW REVIEW**<https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/dplr>

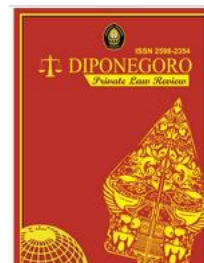
terhadap tindakan passing off dan trademark dilution pada merek terkenal di Indonesia. Berikut merupakan beberapa artikel yang dapat mendukung serta melihat pembaruan dari artikel yang telah dibuat.

- a. Perlindungan Hukum Terhadap Merek Dagang Terkenal Atas Tindakan Passing Off Pada Praktek Persaingan Usaha oleh Ahmad Yakub Sukro Magister Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Diponegoro.

Dalam artikel ini dibahas Perlindungan hukum terhadap merek dagang terkenal atas tindakan passing off masih belum memadai di Indonesia. Konsep passing off belum secara eksplisit diatur dalam undang-undang merek di Indonesia, sehingga perlindungan hukum terhadap merek terkenal terhadap passing off belum memadai. Passing off merupakan bentuk persaingan usaha tidak sehat yang dapat menimbulkan kebingungan dan tuduhan palsu, karena dengan passing off, tercipta kesan adanya hubungan yang erat atau indikasi adanya penyesatan publik. Namun, absennya undang-undang yang secara khusus mengatur tindakan passing off sebagai pelanggaran terhadap merek dagang menjadi tantangan dalam memberikan perlindungan hukum yang memadai. Artikel-artikel tersebut menyoroti pentingnya pengembangan kriteria merek terkenal, passing off, dan dilusi dalam undang-undang merek di Indonesia untuk memberikan perlindungan hukum yang lebih luas bagi merek terkenal. Selain itu, perlindungan hukum terhadap merek dagang terkenal juga berkaitan dengan perlindungan konsumen dari kesesatan publik akibat passing off. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa perlindungan hukum terhadap merek dagang terkenal atas tindakan passing off pada praktik persaingan usaha di Indonesia masih memerlukan pengembangan lebih lanjut dalam undang-undang merek untuk memberikan perlindungan yang memadai (Djumhana, 2006).

- b. Passing Off Dalam Pendaftaran Merek Dan Passing Off In Trademark Registration oleh Mieke Yustia Ayu Ratna Sari Fakultas Hukum Universitas Tulang Bawang

Artikel ini membahas pentingnya perlindungan hukum terhadap merek dagang terkenal dari tindakan passing off, serta upaya-upaya

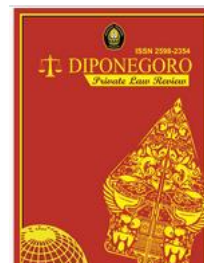
**DIPONEGORO PRIVATE LAW REVIEW**<https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/dplr>

pengecahan dan penegakan hukum terkait dengan pendaftaran merek. Selain itu, artikel ini juga menyoroti peran mekanisme pendaftaran merek terkenal dan sosialisasi hukum merek dalam upaya mencegah tindakan passing off. Artikel ini memberikan pemahaman yang mendalam mengenai perlindungan hukum terhadap merek dagang terkenal dan upaya penegakan hukum terkait dengan tindakan passing off dalam konteks pendaftaran merek (Ramli, et al, 2002).

c. **Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal Dari Tindakan Passing Off Berdasarkan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek**

Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek menjelaskan perlindungan hukum terhadap merek terkenal dari tindakan passing off. Namun, beberapa masalah yang mungkin dihadapi dalam penerapan undang-undang ini meliputi: Tindakan passing off merupakan pelanggaran dalam sistem hukum merek di Indonesia. Perlindungan hukum yang diberikan terhadap merek terkenal dari tindakan passing off Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek masih belum cukup dan tidak memberikan legal certainty. Meskipun Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek memberikan kerangka kerja untuk perlindungan hukum terhadap merek terkenal, penerapan undang-undang ini masih memiliki beberapa keterbatasan dan tidak memberikan perlindungan hukum yang memadai bagi merek terkenal dari tindakan passing off. Oleh karena itu, penting bagi pemegang merek terkenal untuk terus berpikir dan mengembangkan strategi pencegahan dan penegakan hukum terkait dengan tindakan passing off, serta meningkatkan kepentingan pendaftaran merek untuk mendapatkan perlindungan hukum yang lebih baik.

Dari perbandingan yang telah diuraikan dapat disimpulkan bahwa Semua artikel ini menekankan pentingnya memberikan perlindungan hukum terhadap merek dagang terkenal dari tindakan passing off, yang merupakan kejahatan bersama yang melanggar terhadap merek terkenal dan menyebabkan kehilangan kepentingan pemegang merek.

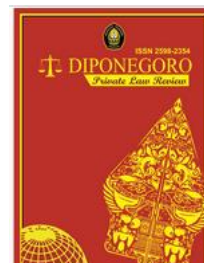
**DIPONEGORO PRIVATE LAW REVIEW**<https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/dplr>

Artikel berdasarkan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek menjelaskan perlindungan hukum yang diberikan terhadap merek terkenal dari tindakan passing off, tetapi menyoroti bahwa perlindungan hukum ini masih belum cukup dan tidak memberikan legal certainty. Artikel yang berkaitan dengan praktik persaingan usaha menekankan bahwa perlindungan hukum terhadap merek terkenal dari tindakan passing off masih membutuhkan peningkatan dan pencegahan, serta meningkatkan kepentingan pendaftaran merek untuk mendapatkan perlindungan hukum yang lebih baik. Semua artikel ini menyoroti pentingnya pengembangan kriteria merek terkenal, passing off, dan dilusi dalam hukum mereknya untuk memberikan perlindungan hukum yang lebih luas bagi merek terkenal di Indonesia. Artikel berdasarkan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek menyoroti peran mekanisme pendaftaran merek terkenal dan sosialisasi hukum merek dalam upaya mencegah tindakan passing off, sementara artikel yang berkaitan dengan praktik persaingan usaha menekankan pentingnya pengembangan kerang kerja serta sosialisasi hukum untuk mencegah tindakan passing off.

Secara keseluruhan, kesimpulan perbandingan dari artikel ini menunjukkan bahwa perlindungan hukum terhadap merek dagang terkenal dari tindakan passing off masih memerlukan perhatian dan peningkatan dalam pendaftaran merek, serta upaya penegakan hukum terkait dengan tindakan passing off. Selain itu, perlindungan hukum yang diberikan terhadap merek terkenal dari tindakan passing off masih belum cukup dan memerlukan peningkatan dalam peraturan hukum di Indonesia.

### **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan dalam artikel ini adalah metode hukum yuridis normatif. Metode ini melibatkan dua langkah utama: tinjauan pustaka dan analisis normatif. Dalam tinjauan pustaka, peneliti mengumpulkan bahan bacaan seperti penelitian terdahulu, undang-undang, peraturan, dan keputusan pengadilan tentang perlindungan

**DIPONEGORO PRIVATE LAW REVIEW**<https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/dplr>

merek terkenal di Indonesia. Selanjutnya peneliti akan melakukan analisis normatif untuk memahami dan menganalisis norma hukum yang berlaku di Indonesia dan penafsiran hukum pengadilan mengenai *passing off* merek terkenal dan *trademark dilution* pada merek.

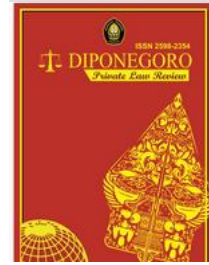
Dalam analisis konseptual yang dilakukan dalam penelitian ini, dapat menganalisis definisi, persyaratan, dan implikasi hukum yang terkait dengan perlindungan merek terkenal dari penyalahgunaan pada merek terkenal. Analisis data konseptual dilakukan untuk mengidentifikasi hubungan antar konsep hukum yang relevan dengan permasalahan yang diteliti. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai perlindungan dan penegakan hukum terkait identifikasi merek dan pengenceran merek terkenal di Indonesia, serta berkontribusi terhadap pengembangan teori hukum terkait dan penyempurnaan kebijakan hukum yang akan dilakukan terhadap masalah yang dipelajari atau diteliti. Dengan menggunakan pendekatan konseptual ini, peneliti dapat memberikan analisis komprehensif mengenai upaya perlindungan dan penegakan hukum yang dapat diterapkan untuk mengatasi penyalahgunaan nama merek dan *trademark dilution* pada merek di Indonesia.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### **Pengaruh tindakan *passing off* dan *trademark dilution* terhadap citra merek di Indonesia**

Merek termasuk salah satu aset penting bagi pelaku usaha. Fungsi merek yaitu untuk membedakan produk atau jasa yang dihasilkan oleh satu pelaku usaha dengan produk atau jasa yang dihasilkan oleh pelaku usaha lain. Merek juga dapat memberikan nilai tambah bagi produk atau jasa yang dihasilkan, sehingga dapat meningkatkan daya saing pelaku usaha di pasar. Menurut Kotler dan Armstrong, merek adalah suatu nama, istilah, tanda, simbol, desain, atau kombinasi dari beberapa hal produk kompetitif. Undang-Undang Merek Nomor 15 Tahun 2001 mendefinisikan merek sebagai tanda yang menarik dan khas yang digunakan dalam kegiatan komersial suatu barang atau jasa. Pengertian merek adalah suatu



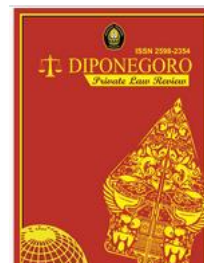
**DIPONEGORO PRIVATE LAW REVIEW**<https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/dplr>

pengertian hukum yang memberikan perlindungan dan upaya hukum apabila suatu merek digunakan secara terang-terangan dan tanpa izin orang lain.

Sebuah merek menjadi penanda keunikan produk seseorang dan berkembang dalam dunia perdagangan dan industri melalui fungsi dari merek itu sendiri. Selain fungsi pembeda, merek juga mempunyai kemampuan untuk mengiklankan produknya. Oleh karena itu, merek dagang ini merupakan bagian penting dari kekayaan intelektual yang memegang peranan penting bagi produk seorang produsen, sama halnya dengan hak cipta dan paten. Namun, dalam perkembangannya, terdapat beberapa tindakan yang dapat merugikan pemegang hak merek, salah satunya adalah tindakan *passing off* dan *trademark dilution*. *Passing off* adalah tindakan pemalsuan merek yang dilakukan oleh pelaku usaha lain dengan menggunakan merek yang sama atau mirip dengan merek terkenal milik pelaku usaha lain. Tindakan ini dapat menimbulkan kebingungan di kalangan konsumen sehingga mereka mengira produk yang dijual oleh pelaku usaha pemalsu merupakan produk dari pelaku usaha pemilik merek asli. Hal ini dapat menyebabkan penurunan penjualan dan reputasi merek dari pelaku usaha pemilik merek asli.

*Trademark dilution* adalah tindakan yang dapat mengurangi kekuatan atau nilai dari merek terkenal. Tindakan ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, misalnya dengan menggunakan merek terkenal untuk produk atau jasa yang tidak sejenis, atau dengan menggunakan merek terkenal secara berlebihan atau tidak pantas. *Trademark dilution* dapat menyebabkan konsumen kurang menghargai merek terkenal tersebut dan lebih memilih produk atau jasa dari merek lain yang tidak terkenal. Tindakan *passing off* dan *trademark dilution* dapat berdampak negatif terhadap citra merek, baik dari segi reputasi maupun nilai ekonomis. Berikut adalah beberapa pengaruh tindakan *passing off* dan *trademark dilution* terhadap citra merek di Indonesia:

1. Kehilangan kepercayaan konsumen: Tindakan *passing off* dan *trademark dilution* dapat menyebabkan konsumen kehilangan kepercayaan terhadap merek terkenal tersebut. Konsumen akan khawatir bahwa produk atau jasa yang dijual oleh pelaku usaha pemalsu atau pelaku

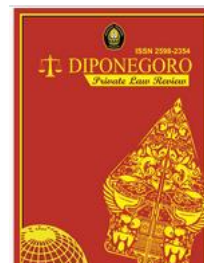
**DIPONEGORO PRIVATE LAW REVIEW**<https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/dplr>

usaha yang melakukan *trademark dilution* tidak memiliki kualitas yang sama dengan produk atau jasa dari pelaku usaha pemilik merek asli. Sebagai bagian dari jaminan perlindungan merek, Robert S. Smith, seperti dikutip Effendy Hasibuan, mengatakan pihaknya "menjamin keaslian barang yang diproduksi untuk menghilangkan keraguan konsumen." Mengingat hal ini, perlindungan konsumen merupakan fungsi utama merek untuk mencegah atau menghindari penipuan dalam pembelian barang palsu.

2. Penurunan penjualan. Penjualan produk atau jasa dari pelaku usaha pemilik merek asli dapat menurun akibat tindakan *passing off* dan *trademark dilution*. Hal ini karena konsumen akan lebih memilih produk atau jasa dari pelaku usaha pemalsu atau pelaku usaha yang melakukan *trademark dilution* karena harganya lebih murah atau karena mereka tidak menyadari bahwa produk atau jasa tersebut adalah palsu.
3. Penurunan reputasi. Tindakan *passing off* dan *trademark dilution* dapat menurunkan reputasi merek terkenal tersebut. Hal ini karena konsumen akan menganggap bahwa pelaku usaha pemilik merek asli tidak serius dalam menjaga kualitas produk atau jasanya.

Pemerintah Indonesia telah mengatur perlindungan hukum terhadap merek, termasuk merek terkenal, dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Namun, perlindungan hukum tersebut masih belum sepenuhnya memadai untuk mencegah tindakan *passing off* dan *trademark dilution*. Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya-upaya untuk meningkatkan perlindungan hukum terhadap merek terkenal di Indonesia

Dengan memiliki merek dagang, pemilik merek dapat melindungi investasi atau mereknya dari penggunaan tidak sah oleh pihak ketiga, dan upaya mereka dalam membangun merek yang kuat. Namun, penting untuk dicatat bahwa terdapat perbedaan dalam undang-undang dan peraturan yang berlaku mengenai penggunaan merek dagang dan merek dagang di berbagai negara. Setiap negara mempunyai sistem peraturan dan prosedur tersendiri untuk melindungi merek dagang dan memberikan hak eksklusif kepada pemilik merek dagang. Oleh karena itu, jika kita adalah

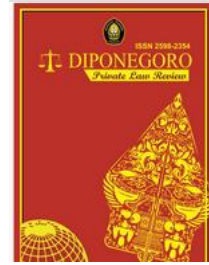
**DIPONEGORO PRIVATE LAW REVIEW**<https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/dplr>

pemilik merek dagang, sangatlah penting untuk memahami dan mematuhi undang-undang merek dagang di negara kita.

Merek dagang digunakan untuk mengidentifikasi produk atau layanan yang digunakan. Merek merupakan aset penting bagi suatu perusahaan karena memungkinkannya membedakan produk dan layanannya dari pesaingnya. Merek yang tepat memperkuat citra dan kepercayaan konsumen terhadap produk dan jasa yang ditawarkan. Penggunaan merek dagang untuk mengidentifikasi produk atau layanan diatur oleh berbagai undang-undang di Indonesia. Undang-Undang Merek Nomor 20 Tahun 2016 mengatur tentang pengertian merek, syarat-syarat pendaftaran merek, dan perlindungan hukum terhadap merek. Lebih lanjut, Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 juga mengatur tentang merek terkenal dan perlindungannya. Faktanya, untuk menggunakan merek dagang untuk mengidentifikasi produk atau layanan, persyaratan tertentu harus dipenuhi. Kami memastikan bahwa merek dagang terdaftar tidak melanggar hak orang lain atau menipu atau menyesatkan konsumen. Selain itu, penggunaan merek dagang Anda juga harus didaftarkan untuk perlindungan hukum yang lebih kuat. Dalam penegakan hukum, penggunaan merek dagang yang melanggar hak orang lain dapat mengakibatkan sanksi hukum, termasuk litigasi merek dagang (Rizaldi, 2009)

Faktanya, penuntutan atas pernyataan keliru dan pengenceran memerlukan bukti yang meyakinkan untuk memenangkan kasus tersebut. Selain itu, perlindungan hukum terhadap merek juga memerlukan pengawasan yang ketat untuk mencegah pelanggaran merek. Secara keseluruhan, penggunaan merek dagang untuk mengidentifikasi produk dan layanan merupakan hal yang penting dalam dunia bisnis. Perlindungan hukum terhadap merek juga penting untuk menjamin kelangsungan bisnis dan melindungi hak-hak pemangku kepentingan Indonesia.

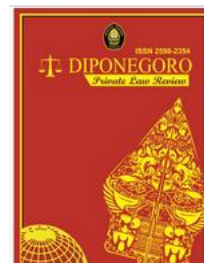
Pengidentifikasian merek juga dapat dilakukan melalui tanda-tanda yang terkait dengan merek tersebut, seperti packaging produk, slogan, jingle, atau elemen visual lainnya yang secara konsisten digunakan dalam komunikasi dan promosi merek. Penggunaan tanda-tanda ini membantu

**DIPONEGORO PRIVATE LAW REVIEW**<https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/dplr>

konsumen mengenali merek mereka dan membedakannya dari merek lain. Pentingnya pengidentifikasian produk atau layanan yang menggunakan merek adalah untuk menciptakan kesan yang konsisten dan membangun hubungan emosional antara merek dan konsumen. Dengan pengidentifikasian yang baik, konsumen dapat dengan mudah mengenali dan mengingat merek, serta membuat keputusan pembelian berdasarkan preferensi dan pengalaman sebelumnya. Dengan pengidentifikasian merek, penting untuk menjaga konsisten dan integritas merek dalam semua aspek komunikasi dan interaksi dengan konsumen. Hal ini akan membantu membangun kepercayaan dan kesetiaan konsumen terhadap merek. Merek dagang memiliki dampak yang signifikan terhadap citra merek dan keputusan pembelian konsumen. Citra merek mencerminkan persepsi konsumen terhadap merek, termasuk kualitas, keandalan dan reputasi merek. Penggunaan merek dagang tidak hanya berlaku untuk perusahaan besar, tetapi juga penting bagi perusahaan kecil dan bisnis individu. Merek dagang yang kuat dan dikenal dapat memberikan keuntungan kompetitif bagi perusahaan, karena konsumen cenderung memilih merek yang mereka kenal dan percaya.

**Upaya Perlindungan dan Proses Penegakan Hukum Terhadap Tindakan *Passing Off* dan *Trademark Dilution* Pada Merek Terkenal Di Indonesia**

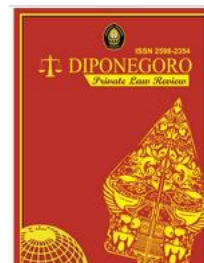
Merek telah menjadi suatu aset yang sangat signifikan bagi produsen atau perusahaan. Reputasi perusahaan, baik atau buruknya, kini sangat tergantung pada bagaimana merek dibangun oleh perusahaan tersebut. Oleh karena itu, upaya membangun sebuah merek yang dikenal oleh masyarakat bukanlah tugas yang ringan. Pelaku bisnis harus bersedia memberikan pengorbanan berupa biaya yang besar dan waktu yang cukup banyak agar dapat secara sukarela membentuk citra merek yang positif dan dikenal oleh masyarakat. Salah satu tindakan yang sangat merugikan bagi pemilik merek adalah membongkar reputasi mereka, juga disebut sebagai *passing off*. Pemilik merek telah menyisihkan waktu, usaha, pemikiran, dan sumber daya keuangan untuk menciptakan dan membangun sembilan puluh sembilan citra merek yang positif di masyarakat melalui berbagai upaya dan promosi. Merek dapat menjadi terkenal dan menguntungkan pemiliknya jika mereka dapat menciptakan citra yang baik di masyarakat.

**DIPONEGORO PRIVATE LAW REVIEW**<https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/dplr>

Di sisi lain, merek yang terkenal memungkinkan orang lain untuk melakukan penipuan dengan memiripkan merek mereka, dengan menggunakan merek yang sudah dikenal sebelumnya, dengan maksud membuat konsumen bingung dan mempercayai bahwa produk tersebut berasal dari pihak yang sama, sehingga menciptakan citra yang menipu masyarakat. Untuk mencegah penipuan publik yang dapat merusak reputasi barang atau jasa yang diperdagangkan, hukum pemegang merek harus dilindungi dari *passing off*.

Ada beberapa kasus yang sangat sering dijumpai dalam kebiasaan *passing off* salah satunya adalah Camilo Products didakwa melakukan pelanggaran merek dagang terhadap salah satu produk PT. Nestlé Indonesia, atau yang sering disebut produk susu milo. Oleh karena itu, alasan diajukannya gugatan ini karena pelanggaran merek Camilo telah mencoreng citra PT. Nestlé Indonesia yang selaku pemilik dari milo yang dimana dalam penelitian ini objek yang digunakan belum pernah dalam penelitian serta hukum yang lainnya. Dengan adanya hal yang telah terjadi ini kita sebagai pemilik merek atau dagang baik itu pemilik individu atau perorangan maupun badan hukum yang bersangkutan sangat perlu untuk tetap menjaga merek yang telah kita ciptakan agar terhindar dari para pengguna atau pelanggar merek yang tidak bertanggung jawab yang digunakan untuk kebutuhan pribadinya saja. Selain itu sangat diperlukannya pihak HKI yang digunakan untuk melakukan perlindungan merek yang telah diciptakan, karena pada dasarnya pengertian merek dalam HKI merupakan suatu bentuk perlindungan kekayaan intelektual yang dimana memberikan hak eksklusif secara menyeluruh kepada para pemilik merek yang telah terdaftar untuk menggunakan merek tersebut yang akan digunakan dalam proses dagang antara barang dan jasa atau dalam arti luas mengizinkan orang lain untuk menggunakan Merek Dagang melalui lisensi.

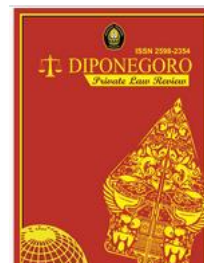
HKI (Hak Kekayaan Intelektual) suatu hak kekayaan intelektual yang secara alamiah menentukan ruang lingkup integritas pemilik atau pemegang merek dalam dunia usaha. Tentu saja, individu dan badan hukum yang ada sangat mementingkan akan pentingnya nama dan simbol sebagai merek dagang dalam menjalankan usahanya dan memasarkan

**DIPONEGORO PRIVATE LAW REVIEW**<https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/dplr>

barang dan jasanya. Memiliki merek dagang sebagai hak kekayaan intelektual pada dasarnya adalah digunakan untuk mengidentifikasi sumber barang atau jasa. Dalam industri ritel, reputasi dianggap sebagai ukuran keberhasilan atau kegagalan suatu perusahaan. Tujuan dari sebuah merek adalah untuk membangun reputasi yang baik terhadap suatu produk dan membawanya ke pasar. Dalam kasus ini menggambarkan PT. Nestlé Indonesia selaku pihak yang dirugikan mengambil jalur negosiasi untuk menyelesaikan gugatan pelanggaran merek yang diajukan Camilo. Tujuannya adalah agar pelaku pelanggaran merek (Camilo) tidak lagi menggunakan merek yang mempunyai kemiripan sifat atau keseluruhan (desain dan komposisi warna) dengan merek terkenal, bahkan sampai menghentikan kegiatan produksi serta memastikan bahwa kegiatan produksi menggunakan merek dagang yang mirip dengan Milo. Selain peraturan undang-undang merek, pelanggaran merek juga dapat dikenakan sanksi berdasarkan hukum pidana, perdata, dan administrasi.

Namun dalam kasus yang terjadi pada Nestlé Indonesia dan Kamilo, pemilik produk PT Milo, telah menggunakan upaya negosiasi dan cara di luar pengadilan untuk menyelesaikan gugatan tersebut. Maka untuk mengembangkan perdagangan Indonesia, pelanggaran merek dagang jenis ini perlu diberantas semaksimal mungkin, sehingga untuk mencegah terulangnya perilaku seperti ini, tidak hanya aparat penegak hukum tetapi juga pemangku kepentingan perekonomian dan kepedulian Konsumen juga diperlukan dan apabila hal ini diterapkan pada suatu tatanan yang seimbang, maka akan menjadi benih bagi berkembangnya perdagangan dunia.

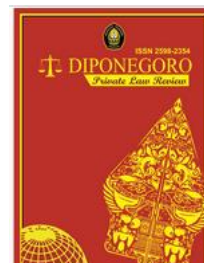
Maka dari ini Dalam industri bisnis serta dari kasus yang telah diuraikan dapat dilihat bahwa kegiatan atau upaya perlindungan merek merupakan hal yang sangat penting untuk menjaga keberlanjutan bisnis dan mencegah praktik-praktik yang merugikan. Merek merupakan suatu tanda pengenal yang memungkinkan suatu produk dapat dibedakan dengan produk lainnya oleh produsen yang berbeda, sebagai kekuatan khusus dan jaminan mutu dari barang atau jasa yang dijual di pasaran. Oleh karena itu, perlindungan merek sangatlah penting. Bukan hanya menjadi aset yang mendatangkan keuntungan bagi pengusaha (pemilik

**DIPONEGORO PRIVATE LAW REVIEW**<https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/dplr>

merek), tapi juga menjadi alat untuk melindungi konsumen, masyarakat, dari kesalahan pemilihan produk (kesalahpahaman masyarakat). Hal ini berkaitan dengan kualitas beberapa produk. Konsumen berada dalam posisi yang dirugikan ketika apa yang mereka yakini sebagai merek berkualitas tinggi ternyata diproduksi oleh pihak ketiga yang berkualitas lebih rendah. Tentu saja hal ini merugikan pemilik merek karena menurunkan reputasi perusahaan.

Tujuan perlindungan merek tidak hanya untuk melindungi pemegang hak atas merek terdaftar dan terkenal, tetapi juga untuk melindungi konsumen awam agar tidak kebingungan dan salah memilih produk. Tujuan perlindungan terhadap penyalahgunaan merek adalah untuk menjamin bahwa barang yang dibeli konsumen berasal dari perusahaan pemilik merek tersebut, sehingga menjamin mutu barang yang dibelinya. Melindungi konsumen dari penyalahgunaan yang dilakukan penipu juga secara tidak langsung melindungi pemilik merek terdaftar. Sebab jika konsumen terlindungi dari penipuan maka mereka akan selalu mempercayai produk pemilik merek terdaftar karena kualitas barang dan jasanya terjamin. Merek yang dikenal konsumen tentu lebih terpercaya. Merek merupakan evaluasi penting suatu produk bagi konsumen. Oleh karena itu, konsumen yakin bahwa mereka yakin akan kualitas suatu produk ketika mereka membeli dari merek yang terkenal dan dikenal luas di komunitasnya. Peranan suatu merek begitu penting sehingga banyak para pebisnis yang baru pertama kali memasuki dunia bisnis memanfaatkan reputasi merek yang sudah terkenal dan mempunyai citra sosial yang positif, serta menggunakan nama merek tersebut untuk menciptakan merek dagang yang identik untuk mengembangkan merek dan kemasan yang memberikan kesan itu merek dagang terkenal. Oleh karena itu, masyarakat bisa saja melakukan kesalahan dalam memilih produk.

Namun Di Indonesia, ada beberapa upaya perlindungan yang dapat dilakukan terhadap merek, yaitu melalui tindakan *passing off* dan perlindungan merek terkenal. *Passing off* adalah tindakan yang dilakukan oleh pihak yang tidak memiliki hak atas merek terkenal dengan cara meniru atau menyerupai merek tersebut untuk memperoleh keuntungan

**DIPONEGORO PRIVATE LAW REVIEW**<https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/dplr>

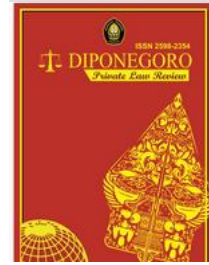
atau merugikan pemilik merek. Tindakan *passing off* dapat terjadi ketika pihak lain menggunakan merek yang mirip dengan merek terkenal, sehingga menimbulkan kebingungan di kalangan konsumen dan pastinya merugikan pemilik merek. Upaya perlindungan yang dapat dilakukan terhadap *passing off*, meliputi:

1. Pendaftaran Merek. Pemilik merek dapat mendaftarkan mereknya ke DJKI di Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia untuk memperoleh perlindungan hukum yang lebih kuat terhadap mereknya.
2. Surat Peringatan. Pemilik merek dapat mengirimkan surat peringatan kepada pihak yang melakukan *passig off*, meminta mereka menghentikan penggunaan merek yang mirip atau identik.
3. Gugatan Hukum. Jika surat peringatan tidak menghasilkan hasil yang digunakan, pemilik merek dapat mengajukan gugatan hukum ke Pengadilan Niaga untuk menuntut ganti rugi dan menghentikan penggunaan merek yang melanggar.

Di Indonesia, pelanggaran merek sering terjadi karena berkaitan dengan fungsi merek sebagai tanda pengenal suatu produk yang sudah mapan dan juga fungsi merek sebagai jaminan kualitas suatu produk. Apalagi merek ternama, semuanya melekatkan manfaat ekonomi. Merek terkenal seringkali dipalsukan karena dikaitkan dengan reputasi merek terkenal tersebut. Ada beberapa faktor atau alasan mengapa beberapa pihak melanggar merek dagang milik orang lain, antara lain:

1. Meraih keuntungan dengan cepat dan terpercaya, karena merek palsu dan palsu seringkali menjadi merek produk yang paling laris di pasaran.
2. Tentu tidak ingin mengambil risiko negatif karena harus membuat merek baru menjadi terkenal karena biaya iklan dan promosi seringkali sangat tinggi.
3. Selisih keuntungan dari penjualan produk palsu jauh lebih besar dibandingkan keuntungan dari penjualan produk asli, karena pemalsu tidak perlu mengeluarkan biaya penelitian dan pengembangan, biaya iklan, promosi dan pajak, sehingga dapat ditawarkan diskon yang lebih tinggi. ideal untuk para pedagang.

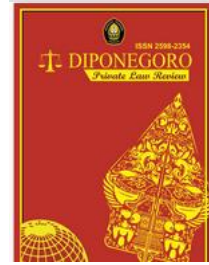


**DIPONEGORO PRIVATE LAW REVIEW**<https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/dplr>

Terkait hal ini, perlu adanya kepastian hukum yang mengaturnya. Mengenai hal tersebut ada beberapa ketentuan mengenai merek yang bisa didaftarkan dan tidak bisa didaftarkan. Merek yang tidak bisa didaftarkan bukan berarti dilepas begitu saja dari perlindungan hukum merek, mereka juga perlu adanya penegakan hukum mengenai merek yang tidak bisa didaftarkan ini. Menurut Pasal 20 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, suatu merek tidak dapat digunakan apabila bertentangan dengan ideologi atau peraturan perundang-undangan negara, menyesatkan masyarakat, atau mengandung unsur yang serupa dengan merek yang sudah ada. Ditetapkan bahwa suatu merek tidak dapat didaftarkan jika mengandung informasi yang tidak termuat dalam merek yang tidak sesuai dengan kualitas. Upaya perlindungan hukum terhadap pemalsuan dan *trademark dilution* merek-merek terkenal di Indonesia dapat dilaksanakan melalui banyak peraturan hukum yang ada. Di Indonesia, hukum merek diatur dalam UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Perlindungan merek sangat diperlukan, karena menciptakan suatu merek tidak hanya sekedar menciptakan merek lalu mengimplementasikannya, namun juga harus menjalankan prosedur sesuai dengan peraturan yang berlaku. Berikut upaya-upaya hukum pemerintah kepada pemilik merek.

1. Gugatan Pembatalan Merek, pihak yang merasa dirugikan dapat mengajukan gugatan pembatalan merek jika merek tersebut digunakan secara tidak sah oleh pihak lain.
2. Perlindungan Merek Terkenal, merek terkenal dapat dilindungi dari tindakan *passing off*, terutama jika merek tersebut tidak terdaftar karena memiliki reputasi atau *goodwill* yang kuat.
3. Regulasi, dalam mengantisipasi tindakan *passing off* di Indonesia, regulasi yang jelas dan tegas harus diberlakukan untuk memberikan perlindungan kepada pemegang hak merek terkenal di Indonesia.
4. Penegakan Hukum, Penegakan hukum yang tegas terhadap pelaku tindakan *passing off* dapat memberikan efek jera dan mencegah terjadinya tindakan serupa di masa depan.

Meskipun dalam UU merek di Indonesia belum secara khusus mengatur perlindungan merek dari tindakan *passing off*, namun upaya-

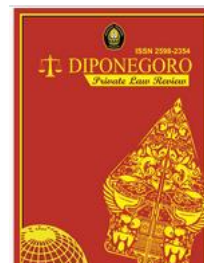
**DIPONEGORO PRIVATE LAW REVIEW**<https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/dplr>

upaya yang disebutkan di atas dapat dilakukan untuk memberikan perlindungan hukum kepada pemegang merek terkenal di Indonesia. Selain itu, DJKI di bawah Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, juga dapat terlibat dalam proses penegakan hukum dengan memberikan tuntutan administratif kepada pihak yang melakukan tindakan melanggar hak merek. Pemerintah juga memiliki peran penting dalam penegakan hukum terhadap tindakan pelanggaran merek. Pemerintah harus menerapkan dan menegakkan peraturan yang jelas dan efektif dalam melindungi hak merek di Indonesia. Selain itu, kerjasama antara pemerintah, pemilik merek, dan lembaga penegak hukum, seperti kepolisian dan kejaksaan, juga diperlukan untuk meningkatkan efektivitas dalam penegakan hukum terhadap pelanggaran merek. Selain itu, dalam penegakan hukum terhadap tindakan *passing off* dan *trademark dilution*, penting bagi pemilik merek untuk bekerja sama dengan pengacara yang berpengalaman dalam hukum merek dagang. Pengacara dapat memberikan nasihat hukum, membantu dalam proses penyelesaian di luar pengadilan, dan mengurus proses hukum yang kompleks.

### SIMPULAN

Dari secara keseluruhan pembahasan diatas, penulis menyimpulkan upaya perlindungan dan penegakan hukum terhadap tindakan passing off dan trademark dilution pada merek terkenal di Indonesia merupakan suatu hal yang krusial. Meskipun Undang-Undang Merek No. 20 Tahun 2016 telah memberikan dasar hukum yang kokoh, perlu dilakukan langkah lebih lanjut untuk memperkuat penegakan hukum tersebut. Pembaharuan regulasi terkait tanda-tanda pemalsuan dan penambahan sanksi terhadap pegawai Otoritas Pengelola DJKI yang tidak teliti dalam pemeriksaan permohonan merek menjadi aspek yang perlu diperhatikan. Perlindungan hukum terhadap peniruan identitas dan trademark di Indonesia mencakup kemungkinan gugatan pembatalan merek palsu oleh pemilik merek yang terdampak. Selain regulasi, peran pemerintah dalam memastikan keamanan pemilik merek perlu ditingkatkan. Melalui kerja sama yang efektif antara pemerintah, lembaga penegak hukum, dan pemilik merek

---

**DIPONEGORO PRIVATE LAW REVIEW**
<https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/dplr>


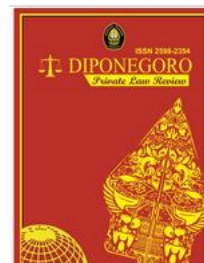

---

terkenal, diharapkan dapat menjaga keberlanjutan dan integritas merek terkemuka di Indonesia. Saran penulis mencakup peningkatan kesadaran masyarakat tentang perlunya menjaga hak kekayaan intelektual, perkuatan kerja sama antara pemerintah, lembaga penegak hukum, dan pemilik merek, serta peningkatan kebijakan dan kerjasama internasional dalam penegakan hukum tindakan passing off dan trademark dilution. Upaya ini diharapkan dapat memastikan perlindungan yang lebih efektif dan berkelanjutan bagi merek terkenal di Indonesia.

#### DAFTAR PUSTAKA

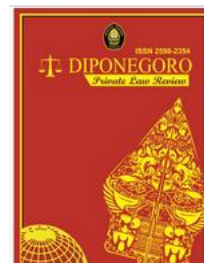
- Albertus, dkk. (2019). Issues And Challenges Of Trademark Law Registration For Small Entrepreneurs In Strengthening Creative Economic Communities In Indonesia. *International Journal of Business, Economics and Law*, Vol. 18, Issue 5.
- Anne Gunawati. (2015). *Perlindungan Merek Terkenal Barang dan Jasa Tidak Sejenis terhadap Persaingan Usaha Tidak Sehat*, Penerbit Alumni, Bandung
- Ahmad M. Ramli dan Muhamad Amirulloh, "Perlindungan Merek Di Indonesia Dalam Teori dan Praktik", *Jurnal Hukum Internasional Universitas Padjajaran*, Bandung, Vol. 1., No. 3, Desember 2002.
- Bani, Yasmin. (2018). Effect Of Intellectual Property Rights (Iprs) And Absorptive Capacity On Research & Development (R&D): Empirical Evidences In Developing Economies. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, Vol. 15, Issue 3
- Cela, Miresi. (2015). The Importance of Trademarks and a Review of Empirical Studies. *European Journal of Sustainable Development*, Vol. 4, Issue 3.
- Firmansyah, Hery. (2011). *Perlindungan Hukum Terhadap Merek*. Yogyakarta: Pustaka Yustisia.

---

**DIPONEGORO PRIVATE LAW REVIEW**
<https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/dplr>


- 
- Harahap, Yahya, Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek di Indonesia Berdasarkan UU No. 19 tahun 1992, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1996.
- Ismono, Gatot. (2005). Perlindungan Hukum Hak Atas Merek Terdaftar Dalam Persaingan Usaha Tidak Sehat, Thesis, Program Magister Ilmu Hukum, Universitas Diponegoro, Semarang
- Djumhana, Muhammad. (2006). Perkembangan Doktrin dan Teori Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual. PT. Citra Aditya Bakti. Bandung.
- Jened, Rahmi. (2007). Hak Kekayaan Intelektual Penyalahgunaan Hak Eksklusif. Airlangga University Press. Surabaya.
- Kusumaatmadja, Mochtar. Fungsi dan Perkembangan Hukum Dalam Pembangunan Nasional. Binacipta.
- Kotler, Philip. (2000). Manajemen Pemasaran. Edisi Millenium. Jakarta: Prehallindo
- Marpaung, Leden. (1995). Tindak Pidana Terhadap Kekayaan Intelektual. Sinar Grafika. Jakarta.
- Mamahit, Jisia. (2013). Perlindungan Hukum Atas Merek dalam Perdagangan Barang dan Jasa. Lex Privatum, Vol. 1/No. 3 Juli. Manado: Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Marwiyah, Siti. (2010). Perlindungan Hukum Atas Merek Terkenal. Jurnal Syariah dan Hukum De Jure, Vol. 2/No. 1 Juni. Jurnal Hukum Universitas Islam Negeri Malang
- Mirwanto, T., (2018). The Problem Of The Supervision Of Immigration Stay Licenses On Illegal Foreign Labor Working In Foreign Capital Investment Companies In Indonesia. Jurnal Ilmiah Kajian Keimigrasian, 1(2), pp.13- 24.
- Mupangavanhu, Yeukai. (2018). The Protection Of Intellectual Property Rights Within The Continental Free Trade Area In Africa: Is A Balance Between Innovation And Trade Possible?. International Journal of Business, Economics and Law, Vol. 15, Issue 4.
- Mieke Yustia Ayu Ratna Sari, Passing Off Dalam Pendaftaran Merek, Kajian Putusan Mahkamah Agung, Nomor 224 K/Pdt.Sus-HKI/2014. Jurnal Vol. 7 No. 3, Desember 2014
- Peter J Groves. (1997). Sourcebook

---

**DIPONEGORO PRIVATE LAW REVIEW**<https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/dplr>

---

on Intellectual Property Law, London: Cavendish Publishing Limited

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 1995 tentang Komisi Banding Merek

Peraturan Menteri Hukum dan HAM RI Nomor 67 Tahun 2016 Tentang Pendaftaran Merek

Quintina, Aurora. (2019). Pemboncengan Reputasi (Passing Off) terhadap Pemilik Merek Terdaftar di Indonesia Ditinjau dari Segi Perlindungan Hukum. Mercatoria, Vol. 2 No. 1.

Rizaldi, J. (2009). Perlindungan Kemasan Produk Terkenal terhadap Persaingan Curang di Indonesia dengan Undang-Undang Merek dan TRIPS-WTO. Bandung: Alumni.

Susilowati, Ety. (2010). Perlindungan Hukum Atas Merek. Bunga Rampai Hak Kekayaan Intelektual. Semarang: Fakultas Hukum Universitas Diponegoro.

Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek Terkenal dan Perlindungannya