



Analisis Perlindungan Hukum atas Penghapusan Merek Tidak Digunakan dalam Putusan MA No. 264 K/Pdt.Sus-HKI/2015

Maura Viranti A.Syira Adam^{1*}, Meita Fadhilah²

¹⁻² Fakultas Hukum, Universitas Singaperbangsa Karawang, Indonesia

*Penulis Korespondensi: mauraviranti@gmail.com¹

Abstract. *This study examines the legal protection regarding the cancellation of unused trademarks through a case study of the Supreme Court Decision No. 264 K/Pdt.Sus-HKI/2015 between IKEA Systems BV and PT Ratania Khatulistiwa. Trademarks play a vital role in modern trade, functioning not only as product identities but also as guarantees of quality and reputation with significant economic value. Law No. 15 of 2001 stipulates that a trademark may be cancelled if it is not used for three consecutive years, aiming to prevent speculative practices and pseudo-monopolies. However, this provision raises issues when applied to well-known trademarks that require longer periods to penetrate domestic markets. Using a literature review approach, this research analyzes legal norms, doctrines, and court decisions, while comparing them with international practices. The findings reveal that Indonesian law prioritizes the use requirement principle over the global reputation of a trademark. The Supreme Court's decision to cancel the IKEA trademark demonstrates Indonesia's legal orientation towards domestic legal certainty, yet it also creates challenges in maintaining a conducive investment climate. Therefore, trademark regulations need to be reformed to become more adaptive to globalization dynamics while balancing the interests of trademark owners, local businesses, consumers, and the state.*

Keywords: *IKEA; Legal Protection; Supreme Court; Trademark Cancellation; Well-Known Trademark.*

Abstrak. Penelitian ini mengkaji perlindungan hukum terhadap penghapusan merek yang tidak digunakan dengan studi kasus Putusan Mahkamah Agung Nomor 264 K/Pdt.Sus-HKI/2015 antara IKEA Systems BV dan PT Ratania Khatulistiwa. Merek memiliki peran penting dalam perdagangan modern, tidak hanya sebagai identitas produk, tetapi juga sebagai jaminan kualitas dan reputasi yang bernilai ekonomi. Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 menetapkan bahwa merek dapat dihapus apabila tidak digunakan berturut-turut selama tiga tahun, guna mencegah praktik spekulasi dan monopoli semu. Namun, ketentuan ini menimbulkan persoalan dalam konteks merek terkenal yang membutuhkan waktu panjang untuk masuk ke pasar domestik. Penelitian ini menggunakan metode kajian literatur terhadap norma hukum, doktrin, serta putusan pengadilan, dan membandingkannya dengan praktik internasional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hukum Indonesia lebih menekankan asas penggunaan nyata (*use requirement*) dibanding reputasi global merek. Putusan Mahkamah Agung yang menghapus merek IKEA menegaskan orientasi hukum Indonesia pada kepastian hukum domestik, meskipun hal ini menimbulkan tantangan dalam menjaga iklim investasi yang kondusif. Oleh karena itu, regulasi merek perlu diperbarui agar lebih adaptif terhadap dinamika globalisasi sekaligus menyeimbangkan kepentingan pemilik merek, pelaku usaha lokal, konsumen, dan negara.

Kata kunci: IKEA; Mahkamah Agung; Merek Terkenal; Penghapusan Merek; Perlindungan Hukum.

1. LATAR BELAKANG

Merek merupakan salah satu instrumen fundamental dalam perdagangan modern yang tidak hanya berfungsi sebagai identitas produk atau jasa, tetapi juga sebagai jaminan kualitas, reputasi, dan strategi pemasaran yang memiliki nilai ekonomi tinggi (Arini & Mua'la, 2025). Dalam konteks hukum kekayaan intelektual, merek memperoleh perlindungan sebagai hak eksklusif yang melekat pada pemiliknya. Perlindungan hukum terhadap merek bertujuan mencegah peniruan atau penyalahgunaan yang berpotensi menyesatkan konsumen, sekaligus memberikan kepastian hukum bagi pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan bisnis. Di Indonesia, pengaturan mengenai merek telah mengalami perkembangan yang signifikan,

khususnya melalui Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, yang kemudian diperbarui menjadi Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis (Elvita, 2015).

Salah satu isu penting dalam rezim hukum merek adalah penghapusan merek yang tidak digunakan. Berdasarkan Pasal 61 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001, merek dapat dihapuskan apabila tidak digunakan berturut-turut selama tiga tahun sejak tanggal pendaftaran atau pemakaian terakhir. Ketentuan ini dirancang untuk memastikan bahwa pendaftaran merek bukan hanya sekadar formalitas, melainkan benar-benar dimanfaatkan dalam praktik perdagangan. Dengan demikian, sistem hukum merek tidak boleh dijadikan sarana monopoli semu atau spekulasi atas nama dagang tanpa adanya tujuan komersial nyata (Mamahit, 2013).

Namun, implementasi aturan tersebut kerap menimbulkan persoalan dalam praktik, sebagaimana tercermin dalam Putusan Mahkamah Agung Nomor 264 K/Pdt.Sus-HKI/2015 yang melibatkan sengketa merek antara IKEA Systems BV dan PT Ratania Khatulistiwa. Dalam perkara tersebut, gugatan PT Ratania Khatulistiwa dikabulkan atas dasar bahwa merek IKEA tidak digunakan lebih dari tiga tahun, sehingga Mahkamah Agung memutuskan penghapusan merek tersebut dari daftar umum merek di Indonesia (Pangestu & Masrur, 2020; Bafadhal, 2018). Putusan ini memunculkan polemik, karena IKEA merupakan salah satu perusahaan ritel global dengan reputasi internasional.

Dari perspektif hukum, putusan tersebut mencerminkan penerapan asas use requirement sebagaimana diatur dalam UU Merek. Akan tetapi, dari sisi bisnis, muncul pertanyaan serius terkait kepastian hukum bagi investor asing yang tengah mempersiapkan ekspansi di Indonesia (Astarini, 2021). Perusahaan multinasional umumnya membutuhkan waktu panjang dalam merancang strategi pemasaran, membangun infrastruktur, hingga menyiapkan penetrasi pasar domestik. Dengan ketentuan tiga tahun tidak digunakan, terdapat risiko hilangnya hak merek meskipun perusahaan sedang berada pada fase persiapan bisnis. Kondisi ini menimbulkan dilema antara perlindungan hukum bagi pelaku usaha lokal terhadap “merek tidur” dan perlunya jaminan keamanan hukum bagi investor asing.

Selain itu, persoalan mengenai siapa sebenarnya yang menjadi subjek perlindungan dari aturan penghapusan merek juga menjadi perdebatan. Apakah konsumen yang berhak memperoleh kepastian atas eksistensi suatu merek di pasar? Apakah pelaku usaha lokal yang dapat mendaftarkan merek serupa ketika merek asing tidak digunakan? Atau justru negara sebagai regulator yang berkepentingan menjaga efektivitas sistem hukum merek? Pertanyaan-pertanyaan ini menunjukkan bahwa isu penghapusan merek yang tidak digunakan tidak hanya berimplikasi yuridis, tetapi juga menyentuh aspek ekonomi, sosial, dan politik hukum.

Jika dibandingkan dengan praktik internasional, Indonesia tampak menerapkan ketentuan yang relatif singkat. Misalnya, Uni Eropa menetapkan jangka waktu 10 tahun, sementara Amerika Serikat memberlakukan sistem yang lebih fleksibel melalui kewajiban pembuktian penggunaan aktual dalam periode tertentu (Murjiyanto, 2016). Perbedaan ini menimbulkan kritik bahwa regulasi Indonesia belum sepenuhnya adaptif terhadap dinamika perdagangan internasional dan iklim investasi global.

Studi kasus IKEA vs PT Ratania Khatulistiwa menjadi relevan untuk dikaji karena menunjukkan orientasi hukum Indonesia yang menekankan asas penggunaan nyata sebagai syarat keberlangsungan merek, sekaligus menimbulkan perdebatan mengenai perlunya pembaruan regulasi agar sejalan dengan perkembangan global (Wijaya & Cahyaningsih, 2024). Perlindungan hukum terhadap merek seharusnya tidak hanya dilihat dari aspek formalistik, tetapi juga mempertimbangkan keseimbangan antara kepentingan pemilik merek, pelaku usaha lokal, konsumen, dan kepentingan pembangunan ekonomi nasional.

Oleh karena itu, penelitian ini berupaya menganalisis dinamika perlindungan hukum terhadap merek terkenal yang tidak digunakan, dengan fokus pada Putusan Mahkamah Agung Nomor 264 K/Pdt.Sus-HKI/2015. Kajian ini penting tidak hanya dalam tataran akademik hukum, melainkan juga bagi praktisi, regulator, dan pelaku usaha dalam merumuskan regulasi serta strategi bisnis yang lebih adaptif dan berkeadilan.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kajian literatur (*literature review*) sebagai pendekatan utama dalam menganalisis isu hukum terkait penghapusan merek yang tidak digunakan. Metode ini dipilih karena sesuai untuk penelitian normatif yang berfokus pada telaah peraturan perundang-undangan, doktrin hukum, dan putusan pengadilan (Soekanto, 2006).

Sumber data yang digunakan meliputi bahan hukum primer berupa Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, serta Putusan Mahkamah Agung Nomor 264 K/Pdt.Sus-HKI/2015. Selain itu, digunakan pula bahan hukum sekunder berupa buku hukum kekayaan intelektual, artikel jurnal ilmiah, dan publikasi akademik, serta bahan hukum tersier seperti kamus hukum dan ensiklopedia.

Proses penelusuran literatur dilakukan melalui perpustakaan, basis data daring seperti Google Scholar, HeinOnline, ResearchGate, dan portal jurnal nasional Garuda serta Sinta, untuk memperoleh sumber ilmiah yang relevan dan kredibel. Analisis dilakukan secara

kualitatif dengan menelaah norma hukum yang berlaku, pertimbangan hakim dalam putusan, serta membandingkannya dengan praktik hukum merek internasional.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perlindungan Hukum terhadap Merek yang Tidak Digunakan Menurut UU No. 15 Tahun 2001

Merek merupakan salah satu aspek penting dalam hukum kekayaan intelektual yang memiliki fungsi utama sebagai pembeda barang atau jasa suatu pelaku usaha dengan barang atau jasa milik pihak lain (Betlehn & Samosir, 2018). Keberadaan merek tidak hanya menyangkut persoalan identitas dagang, tetapi juga berkaitan dengan jaminan kualitas, reputasi, serta strategi pemasaran yang bernilai ekonomi tinggi. Karena itu, hukum memberikan perlindungan eksklusif bagi pemilik merek agar tidak disalahgunakan atau ditiru oleh pihak lain. Akan tetapi, hak eksklusif tersebut tidaklah mutlak, melainkan dibatasi oleh kewajiban tertentu, salah satunya adalah kewajiban untuk menggunakan merek tersebut secara nyata dalam kegiatan perdagangan.

Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek secara tegas mengatur mengenai penghapusan merek apabila tidak digunakan dalam perdagangan. Pasal 61 ayat (2) huruf a menyebutkan bahwa merek dapat dihapus apabila tidak digunakan selama tiga tahun berturut-turut sejak tanggal pendaftaran atau pemakaian terakhir (Mamahit, 2013). Dengan ketentuan ini, hukum tidak hanya memberikan hak kepada pemilik merek, tetapi juga menuntut adanya kewajiban penggunaan aktif. Hal ini penting karena sistem hukum merek di Indonesia menganut asas *use requirement*, yaitu perlindungan hukum hanya diberikan sejauh merek tersebut benar-benar dipakai dalam perdagangan barang atau jasa (Mamahit, 2013).

Tujuan utama dari aturan penghapusan merek yang tidak digunakan adalah untuk mencegah adanya *dead trademark*. Merek tidur adalah merek yang hanya didaftarkan, tetapi tidak pernah digunakan dalam perdagangan. Praktik ini sering dilakukan untuk tujuan spekulasi atau menghalangi pihak lain yang sebenarnya memiliki itikad baik untuk menggunakan merek tersebut (Hery Firmansyah, 2013). Jika dibiarkan, kondisi ini dapat merugikan iklim usaha karena menciptakan hambatan masuk (*barrier to entry*) bagi pelaku usaha baru. Oleh sebab itu, penghapusan merek yang tidak digunakan menjadi instrumen penting untuk menjaga keseimbangan antara perlindungan pemilik merek dengan kepentingan pelaku usaha lain serta konsumen.

Namun, penerapan ketentuan ini tidak jarang menimbulkan persoalan, terutama ketika dikaitkan dengan keberadaan merek terkenal (*well-known trademark*). Dalam hukum internasional, merek terkenal mendapatkan perlindungan khusus meskipun belum digunakan secara luas di suatu negara. Prinsip ini ditegaskan dalam Konvensi Paris dan TRIPS Agreement yang mewajibkan negara anggota, termasuk Indonesia, untuk memberikan perlindungan lebih terhadap merek terkenal (Rizkia & Fardiansyah, 2022). Akan tetapi, UU No. 15 Tahun 2001 tidak secara eksplisit memberikan pengecualian bagi merek terkenal terkait kewajiban penggunaan. Akibatnya, merek terkenal sekalipun tetap dapat dihapus apabila tidak digunakan selama tiga tahun berturut-turut.

Kondisi ini tampak nyata dalam kasus sengketa merek IKEA. Meskipun IKEA adalah merek global yang sudah sangat terkenal, Mahkamah Agung memutuskan bahwa merek tersebut dapat dihapus karena tidak digunakan di Indonesia dalam kurun waktu tiga tahun sebagaimana diatur dalam Pasal 61 UU No. 15 Tahun 2001 (Bafadhal, 2018). Putusan ini menegaskan bahwa hukum Indonesia lebih menekankan pada aspek penggunaan aktual daripada reputasi internasional. Dengan kata lain, perlindungan hukum hanya berlaku bagi merek yang digunakan secara nyata di Indonesia, bukan semata-mata karena popularitas di luar negeri.

Selain itu, ada persoalan mengenai siapa sebenarnya yang paling dilindungi oleh aturan penghapusan merek ini. Jika ditinjau dari sisi konsumen, maka penghapusan merek tidak digunakan memberikan kepastian bahwa merek yang terdaftar di Indonesia benar-benar tersedia di pasaran. Dari sisi pelaku usaha lokal, aturan ini memberikan peluang untuk memperoleh hak atas merek yang ditinggalkan oleh pemilik sebelumnya. Namun, dari sisi pemilik merek asing, ketentuan ini dapat dirasa tidak adil karena mengabaikan reputasi internasional yang telah mereka bangun.

Di samping itu, terdapat pula risiko penyalahgunaan aturan ini oleh pihak-pihak tertentu yang beritikad tidak baik. Mereka dapat memanfaatkan celah hukum dengan cara menggugat penghapusan merek terkenal yang belum digunakan, lalu segera mendaftarkannya untuk kepentingan pribadi. Fenomena ini dikenal sebagai praktik *trademark squatting*, yaitu tindakan mendaftarkan merek terkenal yang belum digunakan di suatu negara dengan tujuan memperoleh keuntungan atau menekan pemilik asli merek tersebut. Dalam kasus IKEA, PT Ratania Khatulistiwa dianggap sebagai pihak yang memanfaatkan aturan penghapusan merek untuk mengambil alih nama yang sudah populer secara global (Aidi & Justitita, 2016).

Dengan demikian, perlindungan hukum terhadap merek yang tidak digunakan menurut UU No. 15 Tahun 2001 sebenarnya mengandung dua sisi. Di satu sisi, aturan ini penting untuk mencegah monopoli semu dan menciptakan pasar yang sehat. Namun di sisi lain, ketentuan ini juga menimbulkan persoalan ketika dihadapkan dengan realitas bisnis global dan perlindungan terhadap merek terkenal. Oleh karena itu, meskipun UU No. 15 Tahun 2001 memberikan kepastian hukum melalui aturan penghapusan merek, diperlukan pula interpretasi yang bijaksana serta pembaruan regulasi agar sistem hukum merek di Indonesia dapat berjalan lebih adil, seimbang, dan sesuai dengan prinsip perdagangan internasional.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Perlindungan hukum terhadap merek yang tidak digunakan menurut Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 menekankan asas penggunaan nyata (*use requirement*), sehingga merek yang tidak digunakan selama tiga tahun berturut-turut dapat dihapuskan meskipun merek tersebut berstatus terkenal di tingkat internasional. Hal ini tercermin dalam Putusan Mahkamah Agung Nomor 264 K/Pdt.Sus-HKI/2015 yang menghapus merek IKEA karena tidak digunakan di Indonesia dalam jangka waktu yang ditentukan. Putusan tersebut menunjukkan bahwa hukum Indonesia lebih mengedepankan kepastian hukum bagi pelaku usaha dan konsumen di dalam negeri, sekalipun berpotensi menimbulkan hambatan bagi perusahaan multinasional yang sedang mempersiapkan ekspansi. Dengan demikian, aturan penghapusan merek yang tidak digunakan memiliki dua sisi: di satu sisi menjaga agar sistem merek tidak disalahgunakan untuk tujuan spekulatif, namun di sisi lain menimbulkan tantangan dalam menyesuaikan perlindungan hukum dengan dinamika bisnis global dan prinsip perlindungan terhadap merek terkenal. Oleh karena itu, diperlukan pembaruan regulasi yang lebih seimbang dan adaptif agar sistem hukum merek di Indonesia dapat memberikan kepastian hukum, keadilan, dan kemanfaatan bagi semua pihak yang berkepentingan.

DAFTAR REFERENSI

- Aidi, Z., & Justitita, W. (2016). Praktik trademark squatting dalam proses pendaftaran merek di Indonesia. *Padjadjaran Jurnal Ilmu Hukum (Journal of Law)*, 3(1), 133–153. <https://doi.org/10.22304/pjih.v3n1.a8>
- Arini, W., & Mua'la, Z. N. (2025). Perlindungan merek dan dampaknya terhadap reputasi perusahaan di pasar global.
- Astarini, D. R. S. (2021). Penghapusan merek terdaftar: Berdasarkan UU No. 15 tahun 2001 tentang merek dan UU No. 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis jo. Perubahan UU No. 11 tahun 2020 tentang cipta kerja dihubungkan dengan TRIPs-WTO. *Penerbit Alumni*. <https://doi.org/10.26905/idjch.v11i3.5022>
- Bafadhal, T. (2018). Perlindungan hukum terhadap merek terkenal di Indonesia: Kasus IKEA. *Undang: Jurnal Hukum*, 1(1), 21–41. <https://doi.org/10.22437/ujh.1.1.21-41>
- Betlehn, A., & Samosir, P. O. (2018). Upaya perlindungan hukum terhadap merek industri UMKM di Indonesia. *Jurnal Law and Justice*, 3(1), 3–11. <https://doi.org/10.23917/laj.v3i1.6080>
- Elvita, L. (2015). Aspek yuridis hapusnya hak indikasi geografis dan indikasi asal ditinjau dari Undang-Undang merek (Studi perkebunan lada). *Notarius*, 8(2), 180–206.
- Hery Firmansyah, S. H. (2013). *Perlindungan hukum terhadap merek*. MediaPressindo.
- Karina, R. M. P., & Njatrijani, R. (2019). Perlindungan hukum bagi pemegang hak merek dagang IKEA atas penghapusan merek dagang. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 1(2), 194–212. <https://doi.org/10.14710/jphi.v1i2.194-212>
- Mamahit, J. (2013). Perlindungan hukum atas merek dalam perdagangan barang dan jasa. *Lex Privatum*, 1(3).
- Murjiyanto, R. (2016). Konsep kepemilikan hak atas merek di Indonesia (Studi pergeseran sistem "Deklaratif" ke dalam sistem "Konstitutif"). *Universitas Islam Indonesia*. <https://doi.org/10.20885/iustum.vol24.iss1.art3>
- Pangestu, R. R., & Masrur, D. R. (2020). Perlindungan hukum terhadap merek terkenal IKEA (Analisa putusan Mahkamah Agung Nomor 264 K/Pdt. Sus-Hki/2015). *JCA of Law*, 1(2).
- Pastika Jaya, K., Sudiatmaka, K., & Sari Adnyani, N. K. (2021). Analisis yuridis (Studi putusan Mahkamah Agung Nomor 264K/PDT.SUS-HKI/2015) terhadap penghapusan pendaftaran merek akibat merek tidak dipergunakan dalam kegiatan perdagangan. *Ganesha Law Review*, 2(2), 167–179. <https://doi.org/10.23887/glr.v2i2.208>
- Rizkia, N. D., & Fardiansyah, H. (2022). *Hak kekayaan intelektual: Suatu pengantar*. Penerbit Widina.

Soekanto, S. (2006). *Pengantar penelitian hukum*.

Wijaya, A. I. D., & Cahyaningsih, D. T. (2024). Inkonsistensi Mahkamah Agung dalam menerapkan perlindungan hukum terhadap merek terkenal dalam sengketa merek. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(22), 180–193.
<https://doi.org/10.62383/aliansi.v1i5.381>