



## Analisis Krisis Penegakan Hukum terhadap Penyalahgunaan Merek Arc'teryx dalam Perspektif Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016

I Dewa Made Satya Dwisadewa<sup>1\*</sup>, Dewa Ayu Putri Sukadana<sup>2</sup>, I Gede Agus Kurniawan<sup>3</sup>,  
Ni Putu Sawitri Nandari<sup>4</sup>

<sup>1-4</sup>Program Studi Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Pendidikan Nasional, Indonesia

\*Penulis korespondensi: [dewasatya28@gmail.com](mailto:dewasatya28@gmail.com)

**Abstract.** *Businesses build trademarks to promote products or services while maintaining their reputation and competitiveness. However, the practice of using well-known brands without the license owner's permission is still found. The case of counterfeiting the Arc'teryx brand by PT ATX Asia Sport Products demonstrates a violation of the exclusive rights of the brand owner. This study aims to analyze law enforcement against the circulation of counterfeit Arc'teryx products in Bali based on Law Number 20 of 2016 concerning Trademarks and Geographical Indications and review the role of the TRIPs Agreement in protecting brands in Indonesia. The method used is normative with a literature review of laws, books, journals, and literature related to unauthorized trademark infringement. The results show that the use of the Arc'teryx brand without official permission confirms the weak supervision and law enforcement of foreign brands that have not been registered in Indonesia. Although the first-to-file system applies, Indonesia still provides legal protection for foreign brands through its membership in the Paris Convention and the TRIPs Agreement. This study emphasizes the need to strengthen the role of the Directorate General of Intellectual Property Rights (DJKI), the Commercial Court, and increase public legal awareness to prevent trademark infringement and create legal certainty for rights owners and consumers.*

**Keywords:** *Counterfeit Products; Exclusive Rights Infringement; Law Enforcement; Trademarks; TRIPs Agreement.*

**Abstrak.** Pelaku usaha membangun merek dagang untuk memperkenalkan produk atau jasa sekaligus menjaga reputasi dan daya saing. Namun, masih ditemukan praktik penggunaan merek terkenal tanpa izin pemilik lisensi. Kasus pemalsuan merek Arc'teryx oleh PT ATX Asia Sport Products menunjukkan pelanggaran hak eksklusif pemilik merek. Penelitian ini bertujuan menganalisis penegakan hukum terhadap peredaran produk Arc'teryx palsu di Bali berdasarkan UU Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dan meninjau peran TRIPs Agreement dalam melindungi merek di Indonesia. Metode yang digunakan adalah normatif dengan kajian kepustakaan berupa undang-undang, buku, jurnal, dan literatur terkait pelanggaran merek tanpa izin. Hasil penelitian menunjukkan penggunaan merek Arc'teryx tanpa izin resmi menegaskan lemahnya pengawasan dan penegakan hukum terhadap merek asing yang belum terdaftar di Indonesia. Meskipun sistem *first to file* berlaku, Indonesia tetap memberikan perlindungan hukum bagi merek asing melalui keanggotaannya dalam Konvensi Paris dan Perjanjian TRIPs. Kesimpulan dari penelitian ini menekankan perlunya penguatan peran DJKI, Pengadilan Niaga, dan peningkatan kesadaran hukum masyarakat untuk mencegah pelanggaran merek serta menciptakan kepastian hukum bagi pemilik hak dan konsumen.

**Kata Kunci:** Merek Dagang; Pelanggaran Hak Eksklusif; Penegakan Hukum; Perjanjian TRIPs; Produk Palsu.

### 1. LATAR BELAKANG

Negara Indonesia sebagai anggota dari *World Trade Organization* melalui pengesahan TRIPs Agreement berdasarkan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1994 sehingga memiliki kewajiban menyesuaikan hukum Hak Kekayaan Intelektual terutama merek dengan standar internasional (Mahadewi et al., 2022). Komitmen tersebut diperkuat melalui keikutsertaan pada *Paris Convention* yang diratifikasi lewat Keppres Nomor 15 Tahun 1997 serta pengesahan TRIPs melalui Keppres Nomor 7 Tahun 1997 sehingga mendorong penyesuaian hukum nasional sekaligus penguatan perlindungan merek terkenal (Alfarizi, 2021). Penentuan status merek terkenal tidak hanya bertumpu pada norma konvensi tetapi berkembang melalui peraturan nasional dan pertimbangan hakim. Cakupan perlindungan meliputi merek asing dan

*Naskah Masuk: 29 Agustus 2025; Revisi: 26 September 2025; Diterima: 24 Oktober 2025; Terbit: 31 Oktober 2025*

merek domestik yang memiliki reputasi global. Indonesia berkewajiban memberi perlindungan setara serta mencegah peniruan dan penggunaan tanpa hak demi menjaga kepastian hukum dan stabilitas perdagangan internasional (Alfarizi & Tien, 2022).

Indonesia sebagai anggota Organisasi Perdagangan Dunia (WTO) melalui pengesahan TRIPS *Agreement* memiliki kewajiban untuk menyesuaikan hukum nasional terkait hak kekayaan intelektual, termasuk merek, dengan standar internasional. Keikutsertaan Indonesia dalam Konvensi Paris yang diratifikasi melalui Keppres Nomor 15 Tahun 1997 dan pengesahan TRIPS melalui Keppres Nomor 7 Tahun 1997 mendorong perlindungan merek asing dan domestik yang terkenal. Penentuan status merek terkenal tidak hanya didasarkan pada norma internasional tetapi juga peraturan nasional dan pertimbangan hakim. Perlindungan hukum ini bertujuan mencegah penggunaan merek tanpa izin dan peniruan yang dapat merugikan konsumen serta merusak stabilitas perdagangan.

Kekayaan intelektual memiliki nilai ekonomi strategis sehingga memerlukan perlindungan yang kuat dalam menghadapi arus globalisasi dan standar internasional seperti TRIPS yang menjamin keamanan inovasi dan identitas usaha lintas negara. Perlindungan merek di negara Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang berlandaskan prinsip Konvensi Paris terutama dalam menjaga karakter khas merek. Namun penerapan aturan tersebut belum berjalan optimal karena rendahnya kesadaran hukum serta keterbatasan akses perlindungan khususnya bagi UMKM. Kondisi ini menuntut penguatan penegakan hukum melalui sanksi yang tegas agar tercipta kepastian hukum serta iklim usaha yang aman dan mendukung pembangunan ekonomi nasional (Tanjung & Njatrijani, 2024).

Pembangunan ekonomi sebagai bagian dari agenda nasional menuntut dukungan pembiayaan yang besar guna mewujudkan kesejahteraan berlandaskan Pancasila dan UUD 1945 (Wibowo, 2023; Suraya & Afrijal, 2025). Pelaku usaha berperan melalui pendirian usaha serta pendaftaran merek pada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Merek memiliki fungsi strategis dalam perdagangan karena menjadi penanda kualitas sekaligus sarana perlindungan dari persaingan tidak sehat. Kepemilikan merek juga memberi nilai ekonomi karena termasuk aset tidak berwujud yang dapat dimanfaatkan untuk kepentingan bisnis pemiliknya maupun pihak lain (Tanjung & Njatrijani, 2024).

Merek memiliki peran strategis dalam bisnis karena berfungsi sebagai identitas produk, penanda kualitas, dan diferensiasi dari pesaing. Pembangunan merek yang kuat membutuhkan investasi yang signifikan dalam hal kreativitas, promosi, dan penelitian. Oleh karena itu, pelaku usaha berhak memperoleh perlindungan hukum atas merek yang mereka ciptakan. Praktik

pelanggaran seperti pemalsuan, peniruan, dan penggunaan tanpa izin merugikan pemilik merek secara ekonomi maupun reputasi dan menimbulkan dampak negatif bagi konsumen.

Pemanfaatan merek terkenal tanpa izin berkembang karena dianggap memberi keuntungan cepat tanpa biaya besar. Pelaku memilih meniru agar produk mudah terjual tanpa perlu membangun citra maupun melakukan pendaftaran dan riset. Praktik ini banyak terjadi pada merek asing yang dipasarkan secara bebas oleh pihak tidak bertanggungjawab. Dampaknya merugikan produsen asli serta menyesatkan konsumen. Fenomena tersebut tampak pada kasus peniruan merek dagang Arc'teryx di Kabupaten Badung yang menunjukkan lemahnya kepatuhan terhadap perlindungan merek.

Kasus peniruan merek Arc'teryx muncul pada tahun 2025 ketika sebuah toko mengusung merek tersebut dibuka di Beachwalk. Hal ini memicu kontroversi terkait keaslian dan lisensi merek. Dugaan pelanggaran bermula dari unggahan warganet yang menyebut Arc'teryx pusat yang berada di Kanada tidak mengetahui keberadaan gerai resmi di Indonesia. Pihak toko melalui PT ATX Asia Sport Product menegaskan memiliki lisensi resmi di wilayah Asia dan terdaftar sebagai pemegang HKI di Indonesia serta siap menempuh jalur hukum terhadap informasi menyesatkan. Kasus ini menunjukkan pentingnya perlindungan hukum merek dagang karena merek menjadi simbol kualitas dan diferensiasi produk yang memerlukan kreativitas, waktu dan investasi signifikan. Pendaftaran merek ke DJKI sesuai pasal 3 UU Merek dan Indikasi Geografis memberikan perlindungan hukum untuk mencegah penggunaan tanpa izin dan menjaga nilai ekonomi serta reputasi merek.

Kasus pelanggaran merek dagang Arc'teryx di Indonesia menggambarkan lemahnya penegakan hukum terhadap merek asing. Produk tiruan yang dijual oleh PT ATX Asia Sport Products menimbulkan keraguan konsumen terkait keaslian barang. Meski pihak resmi Arc'teryx menyatakan belum membuka gerai di Indonesia, perusahaan lokal mengklaim memiliki lisensi resmi untuk wilayah Asia. Fenomena ini terjadi pentingnya sistem hukum yang jelas dan penerapan sanksi tegas guna melindungi hak pemilik merek dan memastikan kepastian hukum.

Merek merupakan aset strategis yang membedakan produk dipasar dan mencerminkan nilai ekonomi serta reputasi perusahaan sehingga perlindungan hukumnya sangat penting. Di Indonesia hak merek diberikan berdasarkan prinsip *first to file* dimana pihak pertama yang mendaftarkan merek untuk jenis barang atau jasa tertentu memperoleh hak eksklusif yang diakui negara. Prinsip ini menjamin kepastian hukum, mencegah peniruan, dan mendukung registrasi cepat. Secara ekonomi mekanisme ini melindungi investasi inovasi, memperkuat posisi pasar, dan menjaga keberlanjutan bisnis. Pendaftaran merek tidak sekadar prosedur

administratif tetapi merupakan instrumen strategis untuk mendorong inovasi, melindungi konsumen, dan menstabilkan persaingan usaha (Nadhila et al., 2024). Meskipun sistem *first to file* diterapkan, perlindungan hukum terhadap merek terkenal masih belum menyeluruh karena merek yang memiliki kesamaan pokok atau keseluruhan dengan merek terkenal seharusnya ditolak pendaftarannya. Merek memiliki nilai ekonomi strategis bagi pelaku bisnis sebagai aset intelektual yang mendukung keuntungan (Irhamdessetya et al., 2025). Kasus pemalsuan merek Arc'teryx di Indonesia menggambarkan persoalan tersebut karena Arc'teryx belum mendaftarkan mereknya secara resmi di Indonesia sehingga produk yang dijual di Beachwalk merupakan tiruan dengan kualitas di bawah standar resmi namun harga serupa. Kondisi ini mendorong Arc'teryx melaporkan PT ATX Asia Support Products ke Pengadilan Niaga atas dugaan pemalsuan merek.

Penggunaan merek dagang tanpa izin pemilik lisensi merupakan pelanggaran terhadap UU Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU MIG) khususnya Pasal 20 huruf (c) dan Pasal 21 ayat 1 yang melarang pendaftaran merek yang menyesatkan masyarakat atau memiliki kesamaan pokok dengan merek terdaftar lainnya. UU MIG menegaskan bahwa pendaftaran merek tidak diperkenankan jika memuat unsur yang menyesatkan tentang asal, kualitas, jenis, atau tujuan penggunaan barang dan jasa, serta menolak permohonan merek yang identik atau serupa dengan merek lain termasuk merek terkenal atau indikasi geografis terdaftar. Sistem perlindungan hak merek memberikan kepastian hukum, keadilan, dan ketertiban bagi pemegang hak, sekaligus menegaskan bahwa pelanggaran dapat menimbulkan kerugian materiil, mengingat hak cipta mencakup hak moral dan hak ekonomi atau komersial (Rama & Mahadewi, 2023; Sapitri, 2026).

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU MIG) memberikan perlindungan hukum bagi pemilik merek, termasuk merek terkenal yang belum terdaftar secara resmi di Indonesia. Pasal 21 ayat 1 dan Pasal 83 mengatur bahwa penggunaan merek tanpa izin dapat dikenakan sanksi pidana maupun perdata. Mekanisme hukum ini mencakup gugatan pembatalan pendaftaran, tuntutan ganti rugi, dan penegakan hak eksklusif pemilik merek. Penegakan hukum yang efektif sangat penting untuk menciptakan iklim usaha yang aman, adil, dan berkelanjutan.

Kesadaran konsumen dan pelaku usaha menjadi faktor penting dalam mengurangi pelanggaran merek. Edukasi mengenai risiko membeli produk palsu dan konsekuensi hukum bagi pelaku usaha dapat menurunkan permintaan barang tiruan. Pemilik merek asing disarankan untuk mendaftarkan merek secara internasional dan menghubungkan pasar secara aktif. Pemerintah juga perlu melakukan sosialisasi berkelanjutan mengenai dampak ekonomi

dan hukum dari pelanggaran merek. Kombinasi penguatan regulasi, pengawasan aktif, dan edukasi publik akan menciptakan perlindungan hak merek yang efektif, mendukung pertumbuhan ekonomi, dan menjaga reputasi merek terkenal di Indonesia.

Originalitas penelitian ini menegaskan bahwa fokus kajian berbeda dari penelitian terdahulu. Penelitian menitikberatkan pada kasus penyalahgunaan merek Arc'teryx tanpa seizin pemilik lisensi oleh PT ATX Asia Sport Products yang memadukan analisis hukum substantif UU MIG dengan studi kasus aktual yang melibatkan merek asing yang dipasarkan di Indonesia. Pendekatan ini memperlihatkan dinamika implementasi perlindungan merek terkenal dalam konteks nasional. Penelitian ini membandingkan kasus Arc'teryx dengan studi terdahulu seperti merek Eiger (Matippanna, 2022) dan Longchamp (Sari, 2024) yang sama menyoroti kepastian hukum dan perlindungan terhadap merek terkenal. Perbedaannya terletak pada fokus yaitu penelitian terdahulu menitikberatkan pada tiruan produk atau *e-commerce* sedangkan pada penelitian ini menekankan penggunaan merek dagang tanpa izin lisensi di pasar fisik sehingga menambahkan perspektif baru terhadap implementasi UU MIG.

Studi ini diharapkan memberikan kontribusi dalam memahami mekanisme perlindungan hukum merek di Indonesia khususnya merek terkenal yang belum terdaftar secara resmi namun memiliki reputasi global. Hasil penelitian dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pengambil kebijakan, pelaku usaha, dan akademisi dalam merumuskan strategi penegakan hukum, meningkatkan kepatuhan terhadap UU MIG, serta menumbuhkan kesadaran akan pentingnya perlindungan hak kekayaan intelektual untuk mendukung pembangunan ekonomi dan persaingan usaha yang sehat.

## 2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian hukum normatif yang menjadi dasar dalam penelitian ini karena mampu memberikan kerangka hukum yang jelas dan terstruktur. Pendekatan ini menekankan analisis terhadap peraturan perundang-undangan, doktrin hukum, dan putusan pengadilan untuk memahami dan menginterpretasikan norma yang berlaku. Pemilihan metode normatif penting untuk menjamin validitas hasil penelitian dan dampaknya terhadap masyarakat (Tarigan et al., 2025). Dalam penelitian ini, metode normatif digunakan untuk menelaah pelanggaran penggunaan merek dagang Arc'teryx tanpa izin yang bertentangan dengan ketentuan TRIPS *Agreement* dan UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini menggabungkan tiga metode. Pertama, pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) menelaah regulasi terkait hak merek dagang untuk menganalisis penggunaan merek Arc'teryx tanpa izin dari pemilik lisensi

resmi di Kanada. Kedua, pendekatan kasus (*case approach*) meninjau kasus serupa di Kabupaten Badung yang masih dalam proses pengadilan untuk memahami praktik hukum dan implikasinya. Ketiga, pendekatan konseptual (*conceptual approach*) mengulas prinsip, asas, doktrin, dan teori hukum guna menekankan pentingnya perlindungan merek dagang serta penerpaan regulasi terkait di Indonesia. Pendekatan terpadu ini memberikan kerangka analisis yang komprehensif dan relevan untuk penelitian hukum merek dagang.

Sumber bahan hukum dalam penelitian ini meliputi tiga kategori diantaranya bahan hukum primer berupa peraturan perundang-undangan resmi, seperti Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2016 tentang Paten, serta Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Bahan hukum sekunder yang terdiri atas literatur hukum, jurnal, doktrin, dan hasil penelitian yang digunakan untuk mengkaji kasus penggunaan merek dagang Arc'teryx tanpa izin dari pemilik lisensi, memanfaatkan perpustakaan hukum, buku, dan jurnal terkait. Bahan hukum tersier berupa referensi penunjang seperti kamus dan ensiklopedia hukum yang berfungsi memberikan penjelasan tambahan terhadap bahan hukum primer dan sekunder serta mendukung analisis hukum pendaftaran merek di Indonesia.

Teknik pengumpulan bahan hukum dilakukan melalui studi kepustakaan yang memanfaatkan sumber informasi seperti perundang-undangan, buku, jurnal, kamus, ensiklopedia, dan data lain untuk mendukung analisis akademik (Abdurrahman, 2024). Pendekatan ini dipilih untuk meneliti permasalahan penggunaan merek dagang Arc'teryx tanpa izin lisensi resmi sehingga memungkinkan peneliti mengkaji regulasi, literatur, dan referensi ilmiah terkait secara menyeluruh dan sistematis.

Analisis bahan hukum dalam penelitian ini dilakukan dengan pendekatan deskriptif normatif yang menelaah data kualitatif berupa dokumen, rekaman dan pengamatan untuk menilai fakta hukum berdasarkan teori, doktrin, norma, dan prinsip hukum yang relevan. Teknik ini memungkinkan peneliti memberikan argumentasi kritis mengenai benar atau salah, serta menilai berlaku menurut hukum tanpa mengubah data menjadi bentuk angka. Pendekatan deskriptif digunakan untuk mengevaluasi pelanggaran merek dagang, khususnya terkait penggunaan merek Arc'teryx tanpa izin resmi dan peredaran produk tiruan dengan harga setara namun kualitas berbeda dari produksi asli sehingga analisis ini menekankan pada interpretasi hukum normatif terhadap fakta dan konsekuensi hukum yang muncul (Nugroho & Haryani, 2020).

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Penegakan Hukum atas Pengusaha yang Memakai Merek Arc'teryx Tanpa Persetujuan Resmi**

Merek merupakan identitas yang menandai asal suatu barang atau jasa dan berfungsi membedakan produk satu perusahaan dengan perusahaan lain. Dalam konteks bisnis, merek memegang peran strategis sebagai alat pembeda dalam perdagangan barang maupun jasa, sehingga memudahkan konsumen mengenali dan membedakan kualitas atau jenis produk yang sejenis di pasar (Sari, 2025). Membangun merek yang memiliki daya pembeda memerlukan kreativitas, waktu, dan investasi yang signifikan, sehingga pelaku usaha berhak memperoleh perlindungan hukum atas upaya tersebut (Devi & Sulisty, 2024). Namun, praktik pelanggaran merek masih marak dilakukan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab, berupa peniruan keseluruhan, pemalsuan barang atau jasa, serta mendaftarkan merek untuk keuntungan pribadi. Tindakan ini tidak hanya melanggar hukum, tetapi juga merusak etika bisnis dan norma kesusilaan, sekaligus merugikan pemilik merek asli secara ekonomi maupun reputasi.

Penegakan hukum terhadap pelanggaran merek terkenal harus dilakukan secara proaktif dan terintegrasi dengan pengawasan pasar yang ketat untuk mendeteksi praktik peniruan dan pemalsuan, terutama oleh pelaku usaha yang memanfaatkan merek asing terkenal. Penerapan sanksi tegas baik administratif, perdata, maupun pidana memberikan efek jera sekaligus menjaga kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk. Pemilik merek perlu memaksimalkan strategi perlindungan melalui pendaftaran internasional dan pemantauan aktif di pasar domestik maupun global agar reputasi dan eksklusivitas merek tetap terjaga di tengah persaingan usaha yang kompetitif.

Keterlibatan aparat penegak hukum dan lembaga terkait menjadi kunci untuk memastikan kepastian hukum bagi pemilik hak. Selain itu, kesadaran konsumen dan pelaku usaha sangat menentukan keberhasilan perlindungan merek karena edukasi mengenai risiko membeli produk palsu dan konsekuensi hukum bagi pelaku dapat menurunkan permintaan produk tiruan. Kombinasi penguatan regulasi, pengawasan aktif, dan sosialisasi hukum menciptakan iklim usaha yang adil, aman, dan berkelanjutan, sekaligus mendukung perlindungan hak pemilik merek serta menjaga stabilitas ekonomi dan persaingan usaha yang sehat.

Merek yang telah mencapai status terkenal sering menjadi serangan pelanggaran, baik di tingkat nasional maupun internasional. Produk dengan reputasi tinggi yang sukses di pasar sering ditiru oleh pihak pesaing melalui penyesuaian nama atau kemasan yang serupa, karena peluncuran produk baru memerlukan promosi besar yang mempengaruhi biaya dan harga jual.

Fenomena ini terlihat pada kasus pelanggaran merek dagang Arc'teryx di Indonesia, di mana merek internasional tersebut digunakan tanpa izin resmi dari pemilik lisensi, menimbulkan persoalan hukum terkait perlindungan hak kekayaan intelektual dan kepastian hukum bagi pemegang merek (Darmiawati & Rahmah, 2023).

Arc'teryx adalah merek peralatan pendakian asal Kanada yang belum membuka gerai resmi di Asia dan lisensinya belum dibeli pengusaha Indonesia. Pembukaan toko Arc'teryx di Beachwalk memicu kontroversi di media sosial karena warganet meragukan keaslian produk. Pihak resmi Arc'teryx menegaskan tidak pernah membuka gerai di Indonesia. PT ATX Asia Sport Products menyatakan telah memiliki lisensi resmi dari pemilik merek untuk wilayah Asia dan terdaftar sebagai pemegang hak kekayaan intelektual di Indonesia. Seluruh produk yang dijual di Beachwalk dijamin asli dan perusahaan siap menempuh jalur hukum terhadap penyebaran informasi yang mendorong.

Sengketa merek dagang antara pemilik lisensi resmi Arc'teryx dengan PT ATX Asia Sport Products menunjukkan lemahnya perlindungan hukum terhadap merek asing di Indonesia (Irhamdessetya et al., 2025). Perlindungan hukum terhadap merek terkenal sangat penting untuk menciptakan iklim industri dan ekonomi yang aman bagi pelaku usaha, sekaligus menjaga kepastian hukum bagi konsumen dan pelaku bisnis. UU Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menegaskan bahwa hak atas merek merupakan instrumen untuk melindungi pemegang hak, memberikan keadilan, menegakkan, manfaat hukum, serta menegakkan sanksi bagi pelanggar. Pasal 100 ayat 1 dan Pasal 102 UU MIG mengatur bahwa penggunaan merek dagang tanpa izin pemilik lisensi dapat dikenakan sanksi pidana maupun perdata, sehingga penerapan hukuman tegas diharapkan memberikan efek jera dan memperkuat kepastian hukum di sektor perlindungan merek terkenal (Permatasari et al., 2025).

Maraknya pelanggaran lintas negara serta peningkatan kejahatan ekonomi digital penegakan hukum terutama karena rendahnya kesadaran hukum masyarakat dan pelaku usaha, termasuk UMKM. Perlindungan hak merek dagang yang sah dapat dilakukan melalui mekanisme hukum yang tegas dengan sanksi yang disesuaikan berdasarkan karakter kasus meliputi aspek administratif, pidana, maupun perdata sehingga penegakan hukum dapat memberikan efek jera sekaligus menjaga kepastian dan keadilan dalam praktik perdagangan (Rahmono & Afiliation, 2026).

Kasus penggunaan merek Arc'teryx izin tanpa oleh PT ATX Asia Sport Products melanggar Pasal 83 ayat 1 UU MIG dan dapat dikenakan sanksi pidana sesuai Pasal 100 ayat 1 dan Pasal 102 UU MIG karena menimbulkan kerugian ekonomi dan unsur penipuan. Penerapan prinsip *first to file* memberikan hak eksklusif kepada pendaftar pertama tetapi merek

asing terkenal yang belum terdaftar rentan disalahgunakan sehingga menunjukkan kelemahan struktur hukum dan perlunya penguatan regulasi. Budaya konsumen yang mengutamakan harga dibandingkan kualitas mendorong permintaan produk tiruan sehingga penggunaan merek tanpa izin kian marak dan menuntut penegakan hukum yang lebih efektif.

Perlindungan hukum terhadap merek terkenal di Indonesia sangat penting untuk menciptakan iklim usaha yang aman dan mendukung pertumbuhan ekonomi. Penerapan sanksi tegas bagi pelanggar merek diperlukan untuk memberikan efek jera sekaligus memastikan kepastian hukum bagi seluruh pihak. Meski kerangka hukum nasional telah memadai, implementasinya masih menghadapi tantangan karena lemahnya penegakan hukum terhadap pelanggaran merek di tingkat domestik maupun internasional, yang berpotensi merugikan pemegang hak dan mengganggu persaingan usaha yang sehat (Kole, 2025).

Pemegang hak atas merek terkenal tetap mendapat perlindungan hukum meskipun merek tersebut belum terdaftar. Perlindungan ini mencakup gugatan pembatalan pendaftaran dan tindakan pidana melalui aparat penegak hukum. Gugatan pembatalan diajukan setelah pemilik merek terkenal mengajukan permohonan pendaftaran di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Jika terdapat merek terdaftar yang memiliki kesamaan pokok atau keseluruhan dengan merek terkenal, DJKI dapat menolak perpanjangan pendaftaran untuk menjaga eksklusivitas dan reputasi merek.

Pemilik merek terdaftar maupun pemegang lisensi berhak mengajukan gugatan atas pelanggaran merek ke Pengadilan Niaga sesuai Pasal 30 ayat 3, Pasal 68, Pasal 74, Pasal 76, dan Pasal 83 ayat 1 UU Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Gugatan dapat diterapkan di wilayah hukum tempat tinggal atau domisili tergugat dan mencakup tuntutan ganti rugi serta penguatan semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek tanpa hak, baik secara keseluruhan maupun pokok persamaan, untuk barang atau jasa sejenis. Mekanisme ini memberikan kepastian hukum dan perlindungan terhadap hak eksklusif pemilik merek serta mencegah kerugian materiil maupun immateriil yang ditimbulkan dari doktrin merek terkenal (Aidi & Justitita, 2016).

Pemilik merek dapat menempuh jalur gugatan perdata sesuai Pasal 83 UU Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Pendaftaran merek secara internasional harus dioptimalkan dan promosi dilakukan secara berkelanjutan agar hak merek diakui di luar negeri. UU MIG Pasal 52 ayat 1–2 mengatur mekanisme pendaftaran internasional bagi pemohon yang memiliki kewarganegaraan, domisili, atau kegiatan usaha di Indonesia. Perlindungan hukum terhadap merek dijamin melalui sanksi perdata, pidana, dan administratif. Sanksi perdata menuntut penggantian kerugian akibat perbuatan melawan hukum sesuai Pasal

1365 KUHPperdata. Sanksi pidana mengacu pada Pasal 382 bis dan Pasal 393 ayat 1 KUHP yang mengatur persaingan tidak sehat serta penjualan atau penyimpanan barang bermerek palsu. Negara memiliki kewenangan administratif melalui pengawasan biro iklan, lembaga penyiaran, organisasi standar, dan otoritas bea cukai untuk mencegah pelanggaran merek dan melindungi pemegang hak.

Kesimpulannya adalah pemilik merek terdaftar memiliki hak untuk mengajukan gugatan terhadap pihak yang menggunakan merek terkenal asing yang memiliki kesamaan pokok atau keseluruhan pada barang atau jasa sejenis, baik untuk menghentikan penggunaan merek tersebut maupun menuntut ganti rugi. Perlindungan ini diatur dalam Pasal 52 ayat 1 dan ayat 2 UU Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang memberikan dasar hukum bagi pemilik merek untuk menegakkan haknya, menjaga reputasi merek, serta mencegah praktik penggunaan tanpa izin yang merugikan secara ekonomi maupun moral.

### **Strategi Penegakan Hukum Merek Dagang Arc'teryx Palsu Berdasarkan Ketentuan TRIPS Agreement di Indonesia**

Persaingan usaha berkembang pesat seiring meningkatnya jumlah pelaku yang menawarkan produk sejenis atau serupa. Merek berperan strategis sebagai identitas produk sekaligus simbol yang memungkinkan pedagang memperluas dan mempertahankan pangsa pasar, termasuk di tingkat internasional. Dengan merek yang kuat dan dikenal luas, produk suatu negara mampu bersaing di pasar global, meningkatkan daya saing ekonomi, serta memberikan jaminan kualitas, sarana promosi, dan perlindungan hukum bagi pemiliknya (Hana & Ilmi, 2025). Merek terkenal rentan terhadap persaingan usaha tidak sehat karena produsen tertentu meniru atau membuat merek serupa untuk memanfaatkan popularitas tanpa mengeluarkan biaya promosi. Di Bali praktik ini terjadi pada merek Arc'teryx yang digunakan PT ATX Asia Sport Products tanpa izin dari pemilik lisensi resmi. Penyalahgunaan merek ini menimbulkan kerugian materi dan merusak reputasi karena Arc'teryx merupakan merek internasional yang dikenal secara global dan memiliki nilai ekonomi serta simbol kualitas yang tinggi (Kurniawati et al., 2024).

Pelanggaran merek dagang sering terjadi pada merek yang sudah memiliki reputasi kuat. Pemilik sah memperoleh hak eksklusif untuk menggunakan merek atau memberikan izin kepada pihak lain sehingga hak tersebut menjadi unik dan terlindungi secara hukum. Pelanggaran ini menimbulkan kerugian bagi pemilik karena mereka mengeluarkan biaya besar untuk mendaftarkan merek, memperkenalkan produk, dan menjaga kualitas agar tetap dipercaya konsumen. Perlindungan hukum terhadap merek penting untuk memastikan

kepemilikan eksklusif, mendukung keberlanjutan bisnis, dan menjaga kepercayaan publik terhadap produk.

Merek isu penting dalam konteks global karena pelanggarannya menimbulkan risiko bagi komunitas internasional. Indonesia, sebagai anggota Organisasi Perdagangan Dunia (WTO), berkewajiban untuk melaksanakan ketentuan Aspek Terkait Perdagangan Hak Kekayaan Intelektual (TRIPs) yang diratifikasi melalui Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1994 tentang Pengesahan Perjanjian Pembentukan WTO. Selain itu, Indonesia menyesuaikan hukum nasional melalui ratifikasi Konvensi Paris untuk Perlindungan Kekayaan Industri dan Perjanjian Hukum Merek Dagang pada tahun 1997 melalui Keputusan Presiden Nomor 17 Tahun 1997. Penyesuaian ini menegaskan kewajiban Indonesia untuk menyelaraskan peraturan merek dengan standar internasional sekaligus memperkuat perlindungan hukum terhadap merek agar mencegah praktik pelanggaran yang merugikan pemilik hak dan konsumen (Lobo, 2000). Konvensi Paris melindungi merek yang dikenal meskipun belum terdaftar dari pihak ketiga yang meniru atau bersaing tidak sehat. Di Indonesia prinsip ini diatur dalam UU Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis melalui hak prioritas dan pendaftaran internasional untuk memastikan perlindungan hukum.

Penegakan hukum merek dagang Arc'teryx palsu menunjukkan lemahnya kepatuhan terhadap prinsip perlindungan hak kekayaan intelektual di Indonesia, meskipun sudah ada TRIPS *Agreement* dan UU Nomor 20 Tahun 2016. Strategi preventif seperti pendaftaran merek, pengawasan distribusi, dan pembatalan pendaftaran merek yang menyerupai Arc'teryx sering tidak optimal karena keterbatasan pengawasan dan rendahnya kesadaran pelaku usaha. Kondisi ini membuka celah bagi pihak yang tidak bertanggung jawab untuk mengeksploitasi merek terkenal demi keuntungan cepat, menimbulkan kerugian ekonomi dan merusak reputasi pemilik lisensi.

Efektivitas penegakan hukum bergantung pada integrasi substansi, struktur, dan budaya hukum menurut Lawrence M. Friedman serta penerapan asas kepastian hukum dan itikad baik. Kasus PT ATX Asia Sport Products menunjukkan bahwa tanpa kepastian hukum dan penerapan represif yang konsisten, perlindungan eksklusif merek terkenal gagal, persaingan usaha menjadi tidak sehat, dan konsumen tetap rentan terhadap peniruan dan produk palsu.

Perlindungan merek bertujuan menjaga kepentingan hukum pemegang hak terdaftar dari praktik yang merugikan ekonomi. Hak merek lahir dari unsur ciptaan seperti desain logo atau tanda pembeda. Sebagai anggota TRIPS dan penandatanganan Konvensi Paris, Indonesia wajib melindungi hak kekayaan intelektual dan menindak pelaku yang menggunakan merek dagang tanpa izin pemilik dengan sanksi tegas. Perlindungan merek dagang berkaitan langsung

dengan penegakan hukum terhadap penggunaan merek tanpa izin pemilik lisensi. Penelitian ini menggunakan teori perlindungan hukum Philipus M. Hadjon yang membagi perlindungan hukum menjadi preventif dan represif. Perlindungan hukum preventif bertujuan mencegah sengketa dengan memberikan kesempatan kepada subjek hukum menyampaikan keberatan sebelum terjadi pelanggaran. Kasus merek Arc'teryx menunjukkan penerapan prinsip ini melalui pembatalan pendaftaran merek sesuai Pasal 72 ayat 2 UU MIG. Pemilik merek atau kuasanya dapat mengajukan gugatan penghapusan sebagian atau seluruh jenis barang dan jasa yang menyerupai merek Arc'teryx baik dari nama, logo, warna, maupun kombinasi unsur-unsur merek.

Perlindungan hukum represif berfungsi menegakkan hak pemilik merek dalam sengketa dagang. Kasus peredaran produk palsu Arc'teryx menunjukkan PT ATX Asia Sport Products menggunakan merek tanpa izin resmi demi keuntungan sendiri. Pemilik lisensi dapat mengajukan gugatan perdata sesuai Pasal 83 ayat 1 UU Nomor 20 Tahun 2016 untuk menuntut ganti rugi dan menghentikan seluruh penggunaan merek yang identik atau serupa.

Gugatan perdata ditujukan terhadap PT ATX Asia Sport Products karena menggunakan nama, logo, dan elemen yang menyerupai Arc'teryx sehingga menimbulkan kebingungan konsumen dan pelanggaran hak merek. Gugatan ini juga menuntut pertanggungjawaban atas kerugian ekonomi, kerusakan reputasi merek, dan dampak pada konsumen akibat produk yang tidak memenuhi standar resmi Arc'teryx.

Penguatan penegakan hukum terhadap merek dagang Arc'teryx palsu juga memerlukan koordinasi lintas lembaga. Aparat penegak hukum, Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, kepolisian, dan otoritas bea cukai harus bekerja secara sinergis untuk mencegah peredaran produk tiruan di pasar domestik. Pemantauan aktif terhadap distribusi dan penjualan produk yang menyerupai merek terkenal dapat mengurangi risiko kerugian ekonomi dan reputasi. Selain itu, mekanisme pengaduan cepat dari konsumen dan pelaku usaha resmi menjadi bagian penting dari strategi pencegahan dalam memastikan perlindungan hak pemilik mereka terlindungi.

Peran edukasi hukum terhadap masyarakat dan pelaku usaha menjadi komponen strategi dalam penegakan hak merek. Kesadaran konsumen mengenai risiko membeli produk tiruan dan dampak hukum bagi pelaku pelanggaran dapat menurunkan permintaan barang palsu. Pemilik merek asing disarankan untuk melakukan registrasi internasional dan mengawasi penggunaan merek secara aktif. Pemerintah juga perlu melakukan sosialisasi berkelanjutan tentang konsekuensi hukum pelanggaran merek. Kombinasi penegakan hukum,

pengawasan, dan edukasi masyarakat dapat meningkatkan efektivitas perlindungan hukum serta mendorong praktik perdagangan yang adil.

Kesimpulannya adalah Penegakan hukum terhadap produk Arc'teryx palsu di Indonesia menegaskan perlindungan merek sebagai identitas dan simbol kualitas produk. Indonesia wajib menyelaraskan hukum nasional dengan TRIPS *Agreement* dan Konvensi Paris untuk mencegah pelanggaran merek melalui UU Nomor 20 Tahun 2016. Pendekatan preventif mencegah sengketa sebelum terjadi pelanggaran sementara pendekatan represif memungkinkan pemilik merek menghentikan penggunaan merek palsu dan menuntut ganti rugi. Kasus PT ATX Asia Sport Products menunjukkan penerapan prinsip ini sehingga kepemilikan eksklusif terlindungi, bisnis berkelanjutan, dan kepercayaan konsumen terjaga.

#### **4. KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan pembahasan yang telah dijelaskan, penulis menyimpulkan bahwa penggunaan merek asing terkenal tanpa izin masih terus terjadi di Indonesia, seperti yang dibuktikan oleh peniruan merek Arc'teryx oleh PT ATX Asia Sport Products. Praktik ini jelas melanggar hak eksklusif pemilik merek dan berpotensi menyebabkan kerugian ekonomi serta reputasi bagi pemegang lisensi. Pelaku dapat dikenakan sanksi pidana dan diwajibkan membayar ganti rugi sebagaimana ditentukan oleh Pengadilan Niaga. Kasus ini menggarisbawahi pentingnya penegakan hukum yang ketat untuk melindungi merek terkenal dan menjaga kepastian hukum dalam perdagangan. Selain itu, Indonesia, yang merupakan anggota TRIPs dan penandatanganan Konvensi Paris, memiliki kewajiban untuk melindungi seluruh hak kekayaan intelektual, termasuk merek asing. Perlindungan ini bertujuan untuk menegakkan hukum, mencegah peniruan, pemalsuan, atau penggunaan tanpa izin, serta melindungi konsumen dari praktik perdagangan menyesatkan. Kasus produk Arc'teryx palsu oleh PT ATX Asia Sport Products menunjukkan pentingnya penerapan regulasi internasional dalam hukum nasional, yang diatur dalam Pasal 6 bis Konvensi Paris dan Pasal 16 TRIPs, serta diakomodasi melalui Pasal 21 ayat 1 huruf b UU MIG.

Sebagai saran, untuk mencegah penggunaan merek asing yang tidak diberikan izin oleh pemiliknya, pertama, pemilik merek internasional yang dikenal luas sebaiknya segera mendaftarkan mereknya di Indonesia dan aktif memantau pasar untuk mencegah pelanggaran sejak awal. Kedua, pemerintah Indonesia perlu melaksanakan sosialisasi berkelanjutan kepada masyarakat dan konsumen mengenai dampak hukum dan kerugian ekonomi dari penggunaan serta pembelian produk bermerek palsu.

## DAFTAR REFERENSI

- Abdurrahman. (2024). Metode penelitian kepustakaan dalam pendidikan Islam. Adabuna: Jurnal Pendidikan dan Pemikiran. *Jurnal Pendidikan Dan Pemikiran*, 3, 102–113.
- Alfarizi, M. (2021). Penerapan prinsip-prinsip perlindungan hukum merek terkenal konvensi Paris ke dalam. *Literacy : Jurnal Ilmiah Sosial*, 3(1), 46–70.
- Alfarizi, M., & Tien F, M. A. (2022). Harmonisasi prinsip perlindungan merek terkenal konvensi paris dalam Undang - Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang merek dan indikasi geografis. *Jurnal Pro Hukum : Jurnal Penelitian Bidang Hukum Universitas Gresik*, 10(2), 1–9. <https://doi.org/10.55129/jph.v10i2.1589>
- Ayu Suraya, & Afrijal Afrijal. (2025). Dampak korupsi terhadap pembangunan ekonomi dan penegakan hukum di Indonesia. *Mahkamah : Jurnal Riset Ilmu Hukum*, 3(1), 01–18. <https://doi.org/10.62383/mahkamah.v3i1.1340>
- Bagus Gede Ari Rama, & Kadek Julia Mahadewi. (2023). Pelanggaran hukum terhadap karya cipta buku hasil terjemahan dalam bentuk elektronik : Perspektif UU Hak Cipta. *Kerta Dyatmika*, 21(2), 1–8. <https://doi.org/10.46650/kd.v21i2.1411>
- Damar Ramadhanna Tanjung, Rinitami Njatrijani, B. R. (2024). Penerapan prinsip *first to file* dalam sengketa merek terkenal damar. *Law, Development & Justice Review*, 6(2), 111–128.
- Darmiwati, & Rahmah, S. (2023). Tindakan passing off dan perlindungan hukum terhadap pemilik merek ditinjau dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis. *Jurnal Das Sollen*, 9, 714–734.
- Hana, U. A., & Ilmi, M. W. F. (2025). Efektivitas Penegakan Hukum Terhadap Pelanggaran Merek Dagang. *Jurnal BANSI - Jurnal Bisnis Manajemen Akutansi*, 5(1), 31–40.
- Hani Irhamdessetya, Arista Candra Irawati, Ari Siswati, Dewi Purwanti, P. (2025). Penyuluhan hukum tindak pidana merek berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Mandiri Indonesia (Indonesian Journal of Independent Community Empowerment) Volume*, 8(1), 1–4.
- Julia Mahadewi, K., Prasada Krisna, D., & Sawitri Nandari, N. P. (2022). Perlindungan hukum motif tradisional perak Bali dalam kerangka hak cipta. *Undiknas Journal*, 36–45.
- Kole, L. K. (2025). Perlindungan hukum terhadap merek dagang dalam era globalisasi. *Jurnal Hukum Dan Kewarganegaraan*, 15(03), 10–17.
- Kurniawati, A. A., Khoirina, N., Nelia, M. Q., Pakpahan, M., & Maulana, I. (2024). Upaya perlindungan dan penegakan hukum atas tindakan passing off dan trademark dilution pada merek terkenal di Indonesia. *Diponegoro Private Law Review*, 11(2), 197–217.
- Lionita Putri Lobo, I. W. (2000). Kedudukan istimewa merek terkenal (asing) dalam hukum merek indonesia. *Masalah-Masalah Hukum*, 1, 70–83.
- Nadhila, C., Nurmalasari, & Muryanto, Y. T. (2024). Analisis penerapan prinsip *first to file* terhadap perlindungan hukum preventif (Studi atas sengketa merek antara MS GLOW dan PS GLOW). *Politik Dan Sosial Indonesia*, 1(2), 32–44.
- Ni Ketut Ayu Diah Sapitri. (2026). Analisis penegakan hukum pelanggaran merek dagang kasus Louis Vuitton dan Louis Vuitton Dak. *Pemuliaan Keadilan*, 3(1), 37–49. <https://doi.org/10.62383/pk.v3i1.1528>

- Permatasari, A., Fairus, K., Tharsyah, A., Hera, N. O., & Zid, M. (2025). Penegakan hukum sebagai pilar stabilitas sosial dalam arus globalisasi : studi kasus maraknya pelanggaran kekayaan intelektual digital di Indonesia. *SENPISHUM*, 11.
- Rahmono, E. B., & Afiliation: (2026). Gugatan perdata pelanggaran merek dagang dalam praktik pengadilan niaga: Analisis UU NO. 20 Tahun 2016. *Indonesia of Journal Business Law*, 5(1), 1–18. <https://doi.org/10.47709/ijbl.v5i1.7478>
- Ramdhani Devi, S. N., & Sulisty, A. Q. P. (2024). Analisis perlindungan hukum terhadap pemegang merek dagang asing yang terkenal dari pelanggaran di Indonesia. *Unes Journal of Swara Justisia*, 8(2), 258–275. <https://doi.org/10.31933/abavev36>
- Salam Tarigan, R., Saragih, Y. M., Sembiring, T. B., Nugraha Isa, S., & Telaumbanua, S. E. (2025). Pengembangan metode penelitian hukum di Indonesia. *Jurnal Intelek Insan Cendekia*, 2(1), 1093–1100.
- Sari, I. (2025). Urgensi dan fungsi merek dalam dunia bisnis demi terjaminnya perlindungan Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) Indah. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 15, 23–36.
- Sigit Sapto Nugroho, Anik Tri Haryani, F. (2020). *Metodologi Riset Hukum*.
- Wibowo, S. (2023). Perlindungan hukum bagi pemegang merek dagang terdaftar dengan penerapan prinsip *first to file* terhadap pihak lain: Studi Kasus Putusan MA Nomor 161K/Pdt. Sus-HKI/2023. *Jurnal Hukum Caraka Justitia*, 3(2), 127–145.
- Zil Aidi and Widya Justitita. (2016). Perlindungan hukum terhadap merek terdaftar akibat tindakan trademarks squatting di Indonesia. *Padjadjaran Journal of Law 3, Praktik Trademark Squatting Dalam Proses Pendaftaran Merek Di Indonesia*, 133–153. <https://doi.org/10.24843/JMHU.2022.v11.i01.p12>