



KEABSAHAN PENDAFTARAN MEREK OLEH ANAK ANGKAT SELAKU KUASA: TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP SENGKETA MEREK "KUTUS-KUTUS"

Nur Khairani Fauzia*

Universitas Pendidikan Nasional

Putu Eva Ditayani Antari**

Universitas Pendidikan Nasional

Abstrak

Pemindahan Merek merupakan aset tidak berwujud bernilai ekonomi tinggi yang dilindungi melalui sistem *first to file* dengan mensyaratkan itikad baik dalam pendaftarannya. Permasalahan hukum muncul ketika anak angkat bertindak sebagai kuasa dalam pendaftaran merek, terutama terkait keabsahan kewenangan dan potensi penguasaan hak ekonomi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keabsahan tindakan tersebut dalam perspektif hukum merek Indonesia serta menilainya menurut hukum Islam. Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan konseptual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara hukum positif, anak angkat dapat bertindak sebagai kuasa sepanjang memenuhi syarat sah perjanjian dan didukung surat kuasa yang sah. Namun, pendaftaran tanpa kewenangan atau dengan itikad tidak baik dapat dibatalkan. Dalam perspektif hukum Islam, tindakan tersebut sah apabila memenuhi ketentuan *wakālah* dan

* ipapauzia@gmail.com

** evaditayaniantari@undiknas.ac.id

prinsip amanah, sedangkan penyalahgunaan kuasa tergolong *khiyānah* yang bertentangan dengan prinsip perlindungan harta (*ḥifz al-māl*).

Kata Kunci: Merek, Pendaftaran Merek, Sengketa, Hukum Islam.

A. Pendahuluan

Era globalisasi membuka peluang bisnis yang luas bagi perusahaan Indonesia sekaligus menghadirkan persaingan yang semakin ketat, baik antar perusahaan domestik maupun dengan korporasi asing. Kondisi tersebut mendorong pelaku usaha untuk terus melakukan inovasi agar mampu mempertahankan eksistensinya di pasar. Salah satu bentuk inovasi yang umum dilakukan adalah pemberian merek (brand) sebagai identitas produk. Keberadaan merek memudahkan konsumen mengenali asal serta kualitas suatu produk (Ainun et al., 2023). Sistem Hak Kekayaan Intelektual menempatkan merek sebagai sarana identifikasi produk, jaminan kualitas, sekaligus instrumen perlindungan hukum terhadap praktik persaingan usaha yang tidak jujur (Sari, 2025).

Merek tidak sekadar berperan sebagai penanda pembeda antara satu produk dengan produk lainnya, melainkan juga menjadi sarana komunikasi pemasaran yang efektif. Melalui merek, produsen dapat menyampaikan berbagai informasi penting terkait produk kepada konsumen. Kegiatan promosi yang dilakukan secara berkelanjutan, baik di lingkup nasional maupun internasional, dapat meningkatkan citra dan nilai merek, sekaligus memperkuat posisi daya saingnya dalam pasar global (Muruah et al., 2025; Sitindaon et al., 2024). Pertumbuhan dan perkembangan merek yang pesat di tengah persaingan usaha yang semakin ketat juga memunculkan berbagai konflik hukum. Bentuk konflik yang sering terjadi antara lain pemalsuan dan peniruan merek terkenal yang berpotensi merugikan pemilik merek sekaligus menurunkan tingkat kepercayaan konsumen (Devi & Sulisty, 2024; Sembiring et al., 2024).

Perlindungan hukum terhadap merek tidak dapat dipisahkan dari berbagai dimensi hukum lain yang turut memengaruhi

pelaksanaan suatu tindakan hukum. Salah satu bentuk relasi hukum yang berpotensi menimbulkan konsekuensi dalam praktik adalah hubungan kekeluargaan, termasuk praktik adopsi. Adopsi sendiri merupakan bentuk hubungan hukum yang telah diakui dalam sistem hukum di Indonesia. Ketentuan mengenai hal ini diatur dalam berbagai peraturan perundang-undangan, di antaranya Staatsblad 1917 Nomor 129 serta Kompilasi Hukum Islam (KHI) Pasal 171 huruf h. Dalam hukum positif Indonesia, anak angkat pada umumnya ditempatkan pada posisi yang relatif setara dengan anak kandung dalam ranah keperdataan, termasuk peluang untuk menjadi ahli waris. Namun, dalam perspektif hukum Islam, terdapat perbedaan pandangan karena anak angkat tidak memiliki hubungan nasab dengan orang tua angkat, sehingga tidak secara otomatis memiliki hak waris (Sitepu & Raditya, 2025; Utami et al., 2023). Fokus utama dari pengangkatan anak adalah untuk mengutamakan kepentingan terbaik bagi anak, terutama dalam memastikan terpenuhinya hak atas kehidupan, akses pendidikan, serta jaminan perlindungan bagi anak (Papatungan et al., 2025).

Merek sebagai bagian dari hak kekayaan intelektual juga berkembang menjadi aset ekonomi yang memiliki nilai komersial tinggi. Nilai ekonomi tersebut menjadikan merek sebagai instrumen penting dalam membangun loyalitas konsumen sekaligus meningkatkan daya saing suatu produk di pasar. Perlindungan hukum terhadap merek menjadi sangat penting untuk mencegah praktik persaingan usaha yang tidak sehat, termasuk peniruan maupun pemboncengan reputasi merek yang telah dikenal luas. Sistem hukum merek di Indonesia memberikan perlindungan kepada merek yang didaftarkan secara sah dan dengan itikad baik. Oleh karena itu, proses pendaftaran merek memiliki peran penting dalam menentukan kepemilikan hak atas merek tersebut. Perspektif hukum Islam juga menekankan pentingnya kejujuran dan amanah dalam penguasaan hak ekonomi agar tidak menimbulkan kerugian bagi pihak lain (Nurmawati, 2024; Panjaitan, 2025; Putri et al., 2026).

Dalam hukum perdata, terdapat mekanisme pemberian kuasa yang memungkinkan seseorang melimpahkan kewenangan untuk

melakukan suatu tindakan hukum kepada pihak lain sebagai wakilnya. Dalam ketentuan hukum positif di Indonesia, tidak terdapat perbedaan antara anak kandung dan anak angkat terkait kecakapan untuk bertindak sebagai penerima kuasa, selama telah memenuhi persyaratan subjektif maupun objektif sebagaimana diatur dalam hukum perdata (Nurlina, 2026). Perspektif hukum Islam memandang pengangkatan anak (*tabannī*) tidak menciptakan hubungan nasab dan tidak menimbulkan konsekuensi hukum tertentu seperti hak waris atau perubahan garis keturunan (Alim, 2025). Perbedaan konseptual antara hukum positif dan hukum Islam tersebut berpotensi menimbulkan persoalan ketika anak angkat bertindak sebagai penerima kuasa dalam suatu perbuatan hukum yang berkaitan dengan hak ekonomi bernilai tinggi, termasuk dalam proses pendaftaran merek. Kajian fikih mengakui konsep perwakilan atau *wakālah*, namun pelaksanaannya harus dilandasi prinsip amanah serta tidak mengandung unsur penipuan (*gharar*) maupun kezaliman terhadap pihak lain.

Perselisihan mengenai merek dapat terjadi dalam berbagai bentuk, termasuk pada tahap pendaftaran yang melibatkan pemberian kuasa. Salah satu contoh kasus tersebut adalah sengketa merek “Tamba Waras Kutus Kutus” yang diputus oleh Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Surabaya melalui perkara Nomor 9/Pdt.Sus- HKI/Merek/2024/PN Niaga Sby dan kemudian dikuatkan oleh Putusan Mahkamah Agung Nomor 892 K/Pdt.Sus-HKI/2025. Permasalahan ini berawal dari klaim Bambang Pranoto sebagai pencipta sekaligus pihak yang pertama kali menggunakan merek “Tamba Waras Kutus Kutus” sejak tahun 2013 untuk produk minyak herbal yang telah diproduksi dan dipasarkan secara luas. Sengketa muncul ketika pada tahun 2014 Fazlie Hasniel Sugiharto mendaftarkan merek “Tamba Waras Bali Kutus Kutus” beserta beberapa variannya ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, meskipun memiliki hubungan kekeluargaan dengan penggugat dan sebelumnya pernah menjabat sebagai direktur di perusahaan yang memproduksi produk tersebut. Situasi ini kemudian memicu

perdebatan hukum terkait keabsahan pendaftaran merek serta dugaan adanya itikad tidak baik dalam proses pendaftarannya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini difokuskan pada dua permasalahan utama. Pertama, bagaimana keabsahan pendaftaran merek yang dilakukan oleh anak angkat selaku kuasa ditinjau dalam sistem hukum merek Indonesia? Kedua, bagaimana penilaian terhadap tindakan pendaftaran merek yang dilakukan oleh anak angkat selaku kuasa menurut perspektif hukum Islam, khususnya dalam kerangka konsep wakālah, prinsip amanah, dan perlindungan hak milik dalam maqāṣid al-syarī'ah?

B. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif (yuridis normatif) yang berfokus pada pengkajian norma-norma hukum yang berlaku dalam sistem hukum positif serta prinsip-prinsip hukum Islam yang relevan dengan permasalahan yang diteliti. Penelitian hukum normatif menempatkan hukum sebagai kaidah atau norma yang tertuang dalam peraturan perundang-undangan, putusan pengadilan, dan doktrin para ahli, sehingga analisis dilakukan melalui penelaahan bahan hukum secara sistematis dan konseptual. Dalam konteks penelitian ini, fokus kajian diarahkan pada keabsahan pendaftaran merek oleh anak angkat selaku kuasa ditinjau dari hukum merek Indonesia dan perspektif hukum Islam (Askin & Masidin, 2023).

Pendekatan yang digunakan meliputi pendekatan perundang-undangan (statute approach), pendekatan konseptual (conceptual approach), dan pendekatan kasus (case approach). Pendekatan perundang-undangan dilakukan dengan menelaah ketentuan dalam Undang - Undang Merek dan Indikasi Geografis, ketentuan hukum perdata mengenai pemberian kuasa, serta pengaturan mengenai pengangkatan anak dalam hukum nasional dan Kompilasi Hukum Islam. Pendekatan konseptual digunakan untuk menganalisis konsep-konsep seperti prinsip first to file, asas itikad baik, konsep wakālah, prinsip amanah, serta maqāṣid al-syarī'ah khususnya ḥifz al-māl sebagai landasan normatif dalam hukum Islam. Sementara itu,

pendekatan kasus dilakukan dengan menelaah pertimbangan hukum dalam putusan Pengadilan Niaga Surabaya dan putusan kasasi yang dikeluarkan oleh Mahkamah Agung Republik Indonesia, guna memahami ratio decidendi hakim dalam menilai unsur itikad baik dan relevansinya terhadap konsep perwakilan dalam hukum Islam (Askin & Masidin, 2023).

Bahan hukum yang digunakan terdiri atas bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Bahan hukum primer meliputi peraturan perundang-undangan dan putusan pengadilan yang menjadi objek kajian. Bahan hukum sekunder mencakup buku, jurnal ilmiah, dan pendapat para ahli yang membahas hukum merek, asas itikad baik, hukum keluarga Islam, dan konsep wakālah. Adapun bahan hukum tersier berupa kamus hukum dan ensiklopedia yang mendukung pemahaman terminologi. Teknik pengumpulan bahan hukum dilakukan melalui studi kepustakaan (*library research*), sedangkan analisis dilakukan secara kualitatif dengan metode penalaran deduktif, yaitu menarik kesimpulan dari norma umum menuju penerapannya dalam kasus konkret (Askin & Masidin, 2023).

C. Tinjauan Pustaka

1. Konsep Merek

Molengraaf dalam Mulyati (2023) menyatakan bahwa merek merupakan penandaan khusus pada suatu barang yang menunjukkan asal serta menjamin mutu, sehingga barang itu dapat dibandingkan dengan produk sejenis dari produsen atau perusahaan lain. Pada awalnya, pengakuan merek hanya berlaku bagi barang. Pengakuan untuk merek jasa baru diterima melalui revisi Konvensi Paris di Lisabon pada 1958, yang kemudian diadopsi dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 di Indonesia. Menurut Harsono Adisumarto dalam Hermawan dan Irhamdessetya (2024), merek dapat dipahami sebagai tanda pengenal yang membedakan kepemilikan, seperti halnya memberi cap pada punggung sapi sebelum dilepas ke padang yang luas. Cap ini menunjukkan bahwa hewan tersebut menjadi milik individu tertentu, dan biasanya

menggunakan inisial nama pemilik untuk menegaskan perbedaan dan identitas kepemilikan.

Merek adalah atribut yang melekat pada suatu produk, namun tidak menjadi bagian fisik dari produk tersebut. Kehadiran merek membantu konsumen dalam membedakan satu barang atau jasa dengan yang lainnya. Sebagai bagian dari kekayaan tidak berwujud, merek tidak dapat ditangkap secara kasat mata. Menurut Muhammad Ahkam Subroto dan Suprapedi dalam Sinurat (2023), merek mencakup nama dan logo perusahaan, simbol atau nama khusus dari suatu produk, serta slogan perusahaan. Agar efektif, merek harus memiliki daya pembeda (*capable of distinguishing*), sehingga dapat membedakan produk atau jasa perusahaan dari yang dimiliki pihak lain. Daya pembeda ini tercapai jika merek mampu memberikan identitas individual (*individualising*) pada barang atau jasa tersebut (Wena et al., 2023).

Dalam hukum merek, klasifikasi merek dapat dilihat dari dua dasar yakni berdasarkan jenis produk (Sinurat, 2023):

a. Merek Dagang

UU No. 20 Tahun 2016 Pasal 1 ayat (2) menyebutkan bahwa merek dagang adalah tanda yang ditempatkan pada barang untuk membedakannya dari barang sejenis, dan dapat digunakan oleh individu, kelompok, atau badan hukum.

b. Merek Jasa

Merek jasa berfungsi membedakan jasa yang ditawarkan oleh pihak tertentu dari jasa serupa lainnya. Pasal 3 UU Merek menegaskan hak eksklusif pemilik terdaftar untuk menggunakan atau mengizinkan penggunaan merek tersebut. Prinsip utama adalah mencegah kebingungan publik, sesuai dengan ketentuan Paris Convention dan praktik pengadilan di Indonesia.

Secara umum, merek dapat dibedakan menjadi tiga kategori utama, yaitu merek biasa, merek terkenal, dan merek termasyhur di antaranya (Listyaningsih, 2023):

a. Merek Biasa (Normal Mark)

Merek biasa merupakan jenis merek yang belum memiliki tingkat reputasi yang kuat di pasar. Dalam kategori ini, merek umumnya dipandang kurang mampu menghadirkan nilai simbolik yang berkaitan dengan gaya hidup, baik dari aspek penggunaan maupun teknologi yang menyertainya. Akibatnya, konsumen sering menilai kualitas merek tersebut relatif lebih rendah. Di samping itu, merek biasa juga dianggap belum memiliki daya tarik yang memadai untuk membangun kedekatan emosional maupun citra simbolis yang dapat memengaruhi persepsi publik, sehingga cenderung kesulitan dalam membentuk basis pengguna atau segmen pasar tertentu.

b. Merek Terkenal (Well Known Mark)

Merek terkenal merupakan merek yang telah memperoleh pengakuan luas dari masyarakat karena reputasinya yang baik. Identitas atau simbol merek ini memiliki daya tarik yang kuat dan mampu menarik perhatian konsumen. Dengan reputasi tersebut, berbagai produk yang menggunakan merek ini cenderung lebih mudah diterima karena telah memiliki tingkat kepercayaan dan kedekatan dengan masyarakat.

c. Merek Termasyhur (*Famous Mark*)

Merek termasyhur dapat dipahami sebagai tingkatan tertinggi dalam hierarki reputasi suatu merek. Pada level ini, merek memiliki pengaruh yang sangat luas dan kerap dipandang sebagai merek global dengan tingkat prestise yang tinggi. Reputasinya melampaui merek biasa maupun merek terkenal, sehingga setiap produk yang menggunakan merek tersebut secara langsung memperoleh citra simbolik yang kuat serta nilai prestisius di mata masyarakat.

Merek berfungsi sebagai tanda pengenal yang membedakan suatu barang dengan barang lain, baik milik individu maupun perusahaan. Fungsi merek tidak hanya sekadar membedakan produk, tetapi juga memiliki makna yang berbeda jika dipandang dari produsen, pedagang, dan konsumen. Bagi produsen, merek

menandai jaminan kualitas dan nilai produksi, termasuk kemudahan pemakaian dan aspek lain terkait produk. Pedagang memanfaatkan merek sebagai alat promosi untuk memperluas pasar, sedangkan bagi konsumen, merek memudahkan dalam memilih produk yang diinginkan (Astrella, 2025).

Merek berperan sebagai penjamin nilai atau kualitas suatu produk, sehingga manfaatnya tidak hanya dirasakan oleh produsen pemilik merek, tetapi juga memberikan kepastian mutu kepada pedagang dan konsumen. Selain itu, merek berfungsi sebagai alat promosi bagi produsen maupun pedagang yang menjual produk tersebut, sehingga dapat membantu memperluas jangkauan pasar. Dari perspektif masing-masing pihak yang telah dikemukakan, dapat ditarik kesimpulan bahwa merek memegang peran yang krusial dan menjadi aset bernilai tinggi, khususnya bagi produsen. Kondisi saat ini menunjukkan bahwa nilai sebuah merek semakin signifikan, mengingat semakin sulitnya menciptakan merek yang efektif. Bahkan produk dengan kualitas serupa dapat menunjukkan performa yang berbeda di pasar karena adanya perbedaan persepsi konsumen terhadap produk tersebut (Sari, 2025).

2. Mekanisme Pendaftaran Atas Hak Merek

Dalam sistem pendaftaran merek, dikenal dua pendekatan utama, yaitu sistem deklaratif dan sistem konstitutif (atributif). Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 menganut sistem konstitutif, sebagaimana juga diterapkan dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 dan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997. Hal ini mencerminkan adanya perubahan mendasar dalam hukum merek di Indonesia, mengingat Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 sebelumnya masih menggunakan sistem deklaratif. Di tingkat internasional, sistem pendaftaran merek dikenal dalam empat bentuk, yaitu (Hans & Kansil, 2023):

- a. Dalam sistem ini, pendaftaran merek dilakukan tanpa melalui pemeriksaan substantif terhadap merek yang diajukan. Permohonan akan langsung dicatat sebagai merek terdaftar selama seluruh persyaratan administratif telah dipenuhi, termasuk pembayaran biaya permohonan,

pemeriksaan, dan pendaftaran. Namun demikian, otoritas yang berwenang tidak melakukan penilaian terhadap unsur-unsur lain yang seharusnya dipertimbangkan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan. Misalnya, tidak dilakukan analisis mengenai adanya persamaan secara keseluruhan atau pada bagian pokok dengan merek lain yang telah lebih dahulu terdaftar untuk jenis barang sejenis atas nama pihak lain. Sistem pendaftaran seperti ini diterapkan di beberapa negara, antara lain Perancis, Belgia, dan Rumania.

- b. Dalam model pendaftaran ini, suatu merek harus melalui tahapan pemeriksaan terlebih dahulu sebelum memperoleh status terdaftar. Proses tersebut meliputi pengecekan kelengkapan persyaratan administratif sekaligus penilaian terhadap unsur-unsur yang terkandung dalam merek yang diajukan. Pendaftaran hanya akan diberikan apabila merek tersebut dinyatakan memenuhi seluruh ketentuan dan tidak memiliki kesamaan, baik secara keseluruhan maupun pada bagian pokoknya, dengan merek lain yang telah lebih dahulu terdaftar untuk jenis barang sejenis atas nama pihak lain. Sistem ini diterapkan di sejumlah negara seperti Amerika Serikat, Jerman, Inggris, Jepang, dan Indonesia.
- c. Sistem ini mensyaratkan adanya pengumuman awal sebelum suatu merek memperoleh status terdaftar. Melalui pengumuman tersebut, pihak lain diberi ruang untuk mengajukan keberatan apabila terdapat alasan yang mendasar terhadap permohonan pendaftaran merek dimaksud. Praktik ini dianut oleh sejumlah negara, seperti Spanyol, Kolombia, Meksiko, Brasil, serta Australia.
- d. Dalam sistem ini, tahapan pendaftaran merek dimulai dengan pemberian pemberitahuan kepada pemohon apabila ditemukan adanya kemiripan dengan merek yang telah terdaftar sebelumnya. Pemohon akan diinformasikan bahwa merek yang diajukan memiliki persamaan, baik secara keseluruhan maupun pada bagian esensial, dengan merek

lain yang telah lebih dahulu terdaftar untuk jenis barang sejenis atau atas nama pihak lain. Meskipun demikian, apabila pemohon tetap menghendaki untuk melanjutkan pendaftaran, proses tersebut tetap dapat dilakukan. Praktik pendaftaran seperti ini diterapkan di Swiss.

Pendaftaran merek dimaksudkan untuk memberikan legitimasi hukum kepada pihak yang mendaftarkan sebagai pengguna pertama, selama tidak terdapat pihak lain yang dapat membuktikan sebaliknya. Konsep ini berbeda dengan sistem deklaratif, karena dalam sistem konstitutif hak atas merek tidak timbul secara otomatis, melainkan baru lahir setelah dilakukan pendaftaran oleh pemiliknya. Oleh karena itu, pendaftaran menjadi syarat mutlak yang harus dipenuhi (Harefa & Butarbutar, 2026).

Sistem deklaratif menempatkan penggunaan pertama sebagai faktor yang menentukan lahirnya hak atas merek. Siapa pun yang pertama kali memakai suatu merek dianggap sebagai pemegang hak yang sah menurut hukum. Oleh sebab itu, sumber hak bukanlah pendaftaran, melainkan penggunaan awal. Pendaftaran hanya menimbulkan asumsi hukum bahwa pendaftar merupakan pengguna pertama dan pemilik yang berhak. Akan tetapi, jika terdapat pihak lain yang dapat membuktikan bahwa dirinya adalah pengguna pertama, maka pendaftaran tersebut dapat dibatalkan oleh pengadilan, dan situasi semacam ini bukanlah hal yang jarang terjadi.

Hak untuk menggunakan merek dan memberikan izin penggunaannya kepada pihak lain melalui lisensi hanya dimiliki oleh pihak yang namanya terdaftar sebagai pemilik. Pihak lain tidak memiliki kewenangan untuk memanfaatkannya. Apabila suatu merek tidak didaftarkan, maka tidak terdapat perlindungan hukum karena hak atas merek tersebut tidak diakui secara yuridis. Kondisi ini menunjukkan bahwa sistem deklaratif sudah tidak lagi memadai untuk dipertahankan, mengingat tidak sesuai dengan kebutuhan hukum yang berkembang dewasa ini. Penerapan sistem deklaratif dalam Undang-Undang Merek Tahun 1961 ternyata belum mampu menjamin kepastian hukum bagi pemegang merek. Hal tersebut terlihat dari ketentuan Pasal 2 UU Nomor 21 Tahun 1961 yang

menegaskan bahwa pihak yang berhak atas merek adalah pemakai pertama, bukan pendaftar. Pendaftaran hanya melahirkan asumsi bahwa pendaftar merupakan pengguna pertama, sehingga tetap terbuka kemungkinan bagi pihak lain untuk mengajukan gugatan apabila merasa memiliki hak yang lebih sah atas merek tersebut.

Dalam kerangka Indonesia sebagai negara hukum, keberadaan kepastian hukum merupakan prinsip yang tidak dapat diabaikan. Oleh sebab itu, negara berkewajiban memastikan adanya jaminan kepastian hukum dalam penyelenggaraan pendaftaran merek. Hal ini tercermin dari perubahan sistem yang sebelumnya bersifat deklaratif berdasarkan UU Merek Nomor 21 Tahun 1961 menjadi sistem konstitutif (atributif). Sistem konstitutif memberikan perlindungan yang lebih tegas karena hak atas merek timbul sejak dilakukan pendaftaran. Konsekuensinya, pihak yang telah mendaftarkan mereknya tidak lagi berada dalam posisi yang rentan terhadap klaim pihak lain. Perlindungan tersebut secara normatif ditegaskan dalam Pasal 3 UU Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, yang menjamin hak eksklusif bagi pemilik merek terdaftar.

Lebih lanjut, dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek ditegaskan bahwa merek tidak dapat didaftarkan apabila permohonannya diajukan oleh pihak yang tidak memiliki itikad baik. Selain substansi tersebut, pengaturan mengenai tempat pendaftaran merek juga merupakan hal yang perlu diperhatikan. Pertimbangan ini relevan mengingat kondisi geografis Indonesia yang luas dan tersebar. Dengan demikian, pembentukan perwakilan kantor pendaftaran di setiap provinsi akan sangat membantu dalam mempermudah proses pendaftaran merek bagi para pemohon (Manalu et al., 2026).

D. Hasil dan Pembahasan

1. Keabsahan Pendaftaran Merek Oleh Anak Angkat Selaku Kuasa dalam Hukum Indonesia

Dalam pendaftaran merek di Indonesia, kuasa adalah pemberian wewenang dari pemilik merek kepada pihak lain untuk mengurus permohonan pendaftaran atas namanya. Kuasa

ini umumnya dibuktikan dengan surat kuasa sebagai dasar hukum bagi penerima kuasa untuk mewakili pemilik merek dalam seluruh tahapan pendaftaran (Solihin et al., 2025). Pendaftaran merek diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang menyatakan bahwa permohonan merek dapat diajukan langsung oleh pemilik atau melalui kuasanya kepada Menteri. Hal ini menegaskan bahwa kuasa merupakan mekanisme sah sepanjang memenuhi syarat administratif, terutama adanya surat kuasa yang ditandatangani pemilik merek (Ramadhani et al., 2025).

Sistem merek Indonesia menganut prinsip konstitutif dan first to file, sehingga hak atas merek lahir setelah didaftarkan. Karena itu, proses pendaftaran menjadi tahap penting untuk memperoleh hak eksklusif. Permohonan harus diajukan secara tertulis dalam Bahasa Indonesia, memuat identitas pemohon, contoh merek, klasifikasi barang/jasa, serta identitas kuasa jika melalui perwakilan (Farhan et al., 2026; Devi & Sulisty, 2024). Dalam praktiknya, kuasa biasanya diberikan kepada Konsultan Hak Kekayaan Intelektual yang terdaftar resmi. Jika permohonan dilakukan bersama oleh beberapa pihak, seluruh identitas pemilik harus dicantumkan dan surat kuasa wajib disetujui semua pihak guna mencegah sengketa di kemudian hari (Rizky et al., 2025; Devi & Sulisty, 2024).

Permohonan juga dapat menggunakan hak prioritas berdasarkan Konvensi Paris dan WTO, dengan syarat melampirkan bukti pendaftaran pertama dan terjemahan resmi. Setelah berkas lengkap, permohonan diumumkan kepada publik, diperiksa secara substantif, dan apabila disetujui akan diterbitkan Sertifikat Merek sebagai bukti hak yang sah (Manurung & Silalahi, 2025; Atsar, 2023). Terkait anak angkat, status kekeluargaan tidak otomatis memberikan hak atas merek milik orang tua angkat. Hak atas merek sebagai kekayaan intelektual hanya dapat dialihkan atau diwakili melalui dasar hukum yang jelas. Dalam hukum perdata, pemberian kuasa adalah perjanjian yang harus memenuhi syarat Pasal 1320 KUHPperdata, yaitu kesepakatan,

kecakapan, objek tertentu, dan sebab yang halal (Angela et al., 2025; Efendi et al., 2025). Dengan demikian, anak angkat dapat bertindak sebagai kuasa dalam pendaftaran merek apabila memperoleh surat kuasa yang sah dari pemilik merek dan menjalankan kewenangan sesuai batas yang diberikan. Keabsahan tindakan tersebut ditentukan oleh legalitas kuasa, bukan hubungan keluarga semata (Urbanisasi & Anderson, 2025).

Berkaitan dengan kedudukan anak angkat, pengaturannya harus dibedakan dari hukum merek. Pengangkatan anak berdasarkan Undang-Undang Nomor 35 Tahun 2014 tentang Perlindungan Anak dilakukan melalui prosedur hukum tertentu dan bertujuan untuk kepentingan terbaik bagi anak. Akan tetapi, status anak angkat tidak secara otomatis mengalihkan seluruh hak milik orang tua angkat kepada anak angkat, termasuk hak atas merek sebagai bagian dari kekayaan intelektual. Oleh sebab itu, hubungan kekeluargaan semata tidak dapat dijadikan dasar kepemilikan atau kewenangan atas merek (Angela et al., 2025).

Salah satu ilustrasi penting mengenai sengketa pendaftaran merek yang berkaitan dengan hubungan kekeluargaan dapat dilihat dalam perkara merek “Tamba Waras Kutus Kutus” yang diperiksa dan diputus oleh Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Surabaya, kemudian dikuatkan pada tingkat kasasi oleh Mahkamah Agung. Perkara tersebut bermula ketika pihak penggugat menyatakan dirinya sebagai pencipta, pengguna pertama, sekaligus pihak yang membangun reputasi merek sejak awal dipasarkan untuk produk minyak herbal tradisional. Merek tersebut telah dikenal masyarakat dan memiliki nilai ekonomi karena diproduksi serta dipasarkan secara luas. Permasalahan timbul ketika pihak lain yang masih memiliki hubungan keluarga dan sebelumnya terlibat dalam kegiatan usaha yang sama melakukan pendaftaran merek dengan menggunakan unsur nama yang sangat mirip, disertai tambahan kata tertentu dan beberapa variasi lainnya. Karena pihak yang mendaftarkan tersebut telah mengetahui sejarah penggunaan, proses produksi, serta

perkembangan usaha merek sebelumnya, tindakan pendaftaran itu kemudian dipersoalkan oleh pemilik asal.

Dalam pemeriksaan perkara, majelis hakim tidak hanya menilai siapa yang lebih dahulu mengajukan permohonan pendaftaran, tetapi juga meneliti ada atau tidaknya itikad baik dalam proses tersebut. Hakim mempertimbangkan bahwa adanya hubungan dekat antara para pihak, pengetahuan tergugat terhadap merek yang telah lebih dahulu digunakan, serta kemiripan unsur pokok pada nama dan tampilan produk dapat menimbulkan kebingungan di masyarakat. Keadaan ini menunjukkan bahwa pendaftaran formal semata tidak selalu cukup untuk membenarkan kepemilikan apabila terdapat indikasi mengambil manfaat dari reputasi pihak lain. Putusan tersebut menjadi penting karena menegaskan bahwa sistem *first to file* dalam hukum merek Indonesia harus dibaca bersama prinsip kejujuran dan kepatutan. Seseorang memang dapat memperoleh hak melalui pendaftaran, tetapi hak tersebut dapat dibatalkan apabila terbukti diajukan dengan maksud membonceng ketenaran merek yang sudah ada atau dilakukan tanpa dasar kewenangan yang sah. Dengan kata lain, hubungan keluarga tidak otomatis memberikan hak untuk mendaftarkan merek yang berasal dari pihak lain.

Sebaliknya, apabila anak angkat mendaftarkan merek atas namanya sendiri tanpa persetujuan atau tanpa dasar kewenangan dari pemilik yang sebenarnya, maka tindakan tersebut dapat dikualifikasikan sebagai pendaftaran dengan itikad tidak baik. Dalam hukum merek, prinsip itikad baik menuntut adanya kejujuran, kepatutan, dan larangan mengambil keuntungan dari hak pihak lain melalui mekanisme pendaftaran formal. Pendaftaran yang dilakukan tanpa hak dapat digugat pembatalannya melalui Pengadilan Niaga (Nurlatifah et al., 2025).

Penelitian Putra et al. (2025) juga menunjukkan bahwa pendaftaran merek yang dilakukan atas dasar hubungan kekeluargaan tanpa dasar kewenangan hukum yang jelas sering menjadi sumber sengketa pembatalan. Dengan demikian,

hubungan keluarga tidak dapat dijadikan legitimasi apabila terdapat unsur penyalahgunaan hak atau pengambilalihan merek tanpa dasar hukum. Berdasarkan uraian tersebut, keabsahan pendaftaran merek yang dilakukan oleh anak angkat selaku kuasa dalam sistem hukum merek Indonesia sangat bergantung pada terpenuhinya tiga unsur pokok, yaitu adanya pemberian kuasa yang sah dari pemilik merek, dipenuhinya seluruh prosedur administratif pendaftaran, dan tidak adanya unsur itikad tidak baik. Apabila ketiga unsur tersebut terpenuhi, maka tindakan pendaftaran tersebut sah menurut hukum. Namun apabila salah satu unsur tersebut tidak terpenuhi, maka pendaftaran dapat dipersoalkan dan dibatalkan melalui mekanisme hukum yang tersedia.

2. Penilaian Tindakan Pendaftaran Merek Oleh Anak Angkat Selaku Kuasa dalam Perspektif Hukum Islam

Pengadilan dalam perkara tersebut menilai bahwa penggunaan unsur dominan “Tamba Waras Kutus Kutus” dengan penambahan kata “Bali” tetap menimbulkan persamaan pada pokoknya. Penilaian ini penting karena menunjukkan bahwa hukum merek tidak hanya melihat perbedaan kata secara formal, tetapi juga kesan keseluruhan yang diterima konsumen. Ketika unsur utama suatu merek tetap dipertahankan, sementara reputasi merek sebelumnya telah dikenal di pasar, maka penambahan unsur kecil tidak serta-merta menghapus potensi kebingungan konsumen. Dalam konteks ini, kemiripan merek menjadi indikator bahwa pendaftaran bukan bertujuan menciptakan identitas usaha baru, melainkan memanfaatkan daya tarik ekonomi yang telah dibangun pihak lain.

Selain persamaan pada pokoknya, relasi antara para pihak juga menjadi faktor penting dalam membaca adanya itikad tidak baik. Tergugat memiliki hubungan kekeluargaan dan kedekatan bisnis dengan penggugat, bahkan mengetahui proses penciptaan, produksi, dan perkembangan usaha Kutus Kutus. Fakta ini memperkuat dugaan bahwa pendaftaran dilakukan bukan dalam keadaan netral, melainkan dengan pengetahuan penuh mengenai

eksistensi dan nilai ekonomi merek tersebut. Dalam teori perlindungan merek modern, kondisi demikian sering dipahami sebagai passing off atau pemboncengan reputasi, yaitu upaya memperoleh keuntungan dengan menempel pada identitas dagang yang telah dikenal publik.

Apabila dianalisis dari sudut keabsahan kuasa, maka kedekatan hubungan keluarga tidak dapat diasumsikan sebagai pemberian kuasa otomatis. Hukum tetap mensyaratkan adanya persetujuan dan batas kewenangan yang jelas. Karena itu, status anak angkat atau kerabat bukan alasan yang cukup untuk membenarkan pendaftaran merek atas nama sendiri ketika hak ekonomi atas merek tersebut berada pada pihak lain. Dalam sengketa Kutus Kutus, justru kedekatan hubungan tersebut menjadi alasan mengapa tindakan pendaftaran harus diuji lebih ketat, sebab akses terhadap informasi internal usaha membuka peluang terjadinya penyalahgunaan kepercayaan.

Dengan demikian, keabsahan pendaftaran merek oleh anak angkat selaku kuasa dalam sistem hukum merek Indonesia sangat bergantung pada dua hal pokok. Pertama, adanya kuasa yang sah dan dijalankan untuk kepentingan pemberi kuasa. Kedua, adanya itikad baik dalam proses pendaftaran. Sengketa Kutus Kutus memperlihatkan bahwa ketika pendaftaran dilakukan tanpa dasar kewenangan yang jelas dan disertai pemanfaatan reputasi pihak lain, maka perlindungan hukum atas pendaftaran tersebut dapat dikesampingkan. Artinya, hukum merek Indonesia tidak hanya melindungi formalitas pendaftaran, tetapi juga kejujuran dan keadilan dalam memperoleh hak atas merek.

Dalam perspektif hukum Islam, penilaian terhadap tindakan pendaftaran merek oleh anak angkat selaku kuasa tidak cukup dilihat dari keberhasilan memperoleh sertifikat merek, tetapi harus ditimbang melalui keabsahan akad, amanah, serta perlindungan terhadap hak milik. Oleh karena itu, sengketa “Tamba Waras Kutus Kutus” relevan dianalisis bukan hanya sebagai konflik dagang, melainkan sebagai persoalan muamalah yang menyangkut kepercayaan dan penguasaan harta secara tidak sah. Fokus utama

hukumnya adalah apakah tindakan tersebut merupakan pelaksanaan kuasa yang sah (*wakālah*) atau justru bentuk pengkhianatan terhadap kepercayaan pihak lain.

Konsep *wakālah* dalam fikih memberikan ruang bagi seseorang untuk mewakilkan urusan tertentu kepada pihak lain. Aziz dan Kholifah (2025) mendefinisikan *wakālah* sebagai pelimpahan kekuasaan kepada pihak lain untuk melakukan tindakan hukum yang objeknya jelas dan dapat diwakilkan. Nasution et al. (2025) juga menegaskan bahwa akad ini dibolehkan dalam ranah muamalah. Jika teori tersebut dikaitkan dengan sengketa Kutus Kutus, maka pendaftaran merek oleh anak angkat dapat dibenarkan apabila benar dilakukan atas instruksi pemilik merek untuk melindungi usahanya. Dalam posisi ini, anak angkat hanyalah pelaksana administratif, sedangkan hak substantif atas merek tetap berada pada pihak yang memberi kuasa.

Namun, apabila tindakan pendaftaran dilakukan atas nama sendiri tanpa persetujuan pihak yang telah menciptakan dan membangun reputasi merek, maka substansi *wakālah* menjadi gugur. Hal ini karena akad perwakilan mensyaratkan adanya izin dari muwakkil dan tindakan wakil harus diarahkan untuk kepentingan pemberi kuasa. Dengan kata lain, tidak setiap tindakan yang dilakukan oleh orang dekat atau anggota keluarga dapat dianggap sebagai representasi yang sah. Dalam sengketa Kutus Kutus, isu ini menjadi penting sebab hubungan kekeluargaan dapat menimbulkan asumsi adanya kepercayaan, tetapi kepercayaan itu sendiri tidak identik dengan izin untuk mengalihkan hak ekonomi kepada diri sendiri.

Prinsip amanah kemudian menjadi ukuran etis sekaligus yuridis dalam hukum Islam. Al-Qur'an Surah An-Nisa ayat 58 memerintahkan agar amanah disampaikan kepada yang berhak, sedangkan Surah An-Nisa ayat 29 melarang memakan harta orang lain dengan cara batil. Jika dikaitkan dengan perkara Kutus Kutus, penggunaan merek yang telah dikenal dan bernilai ekonomi tanpa persetujuan pemiliknya dapat dipandang sebagai bentuk pengambilan manfaat atas harta pihak lain secara tidak sah. Dengan

demikian, sengketa ini tidak hanya menyentuh soal administrasi merek, tetapi juga menyangkut pelanggaran terhadap nilai kejujuran dan tanggung jawab dalam bermuamalah.

Jasser Auda dalam Salsabila dan Ilmi (2024) menjelaskan bahwa perlindungan hak milik dan kepercayaan sosial merupakan bagian dari tujuan syariat. Pendapat ini penting karena merek pada masa kini bukan sekadar nama dagang, tetapi juga aset ekonomi yang lahir dari kreativitas, kualitas produk, dan kepercayaan konsumen. Reputasi “Kutus Kutus” yang dibangun sejak awal memiliki nilai komersial yang nyata. Oleh sebab itu, penggunaan identitas yang sama atau sangat mirip oleh pihak lain tanpa hak dapat dipandang sebagai perusakan terhadap tatanan keadilan ekonomi yang hendak dijaga syariat.

Dalam kerangka maqāsid al-syarī'ah, perlindungan terhadap harta (ḥifz al-māl) merupakan salah satu kebutuhan primer. Al-Syātībī dalam Azhim et al. (2025) menempatkan penjagaan harta sebagai unsur pokok yang wajib dilindungi hukum. Jalaludin et al. (2025) juga menjelaskan bahwa hak kekayaan intelektual dapat diposisikan sebagai bagian dari māl karena memiliki manfaat dan nilai ekonomi. Jika teori ini dihubungkan dengan sengketa Kutus Kutus, maka merek yang telah memiliki reputasi pasar jelas merupakan harta yang wajib dijaga. Pendaftaran oleh pihak lain tanpa hak berarti mengganggu kepemilikan yang sah dan bertentangan dengan tujuan perlindungan harta dalam Islam.

Adapun fakta bahwa merek yang didaftarkan menggunakan unsur pokok “Tamba Waras Kutus Kutus” dengan tambahan kata “Bali” menunjukkan upaya mengambil manfaat dari identitas yang telah dikenal. Dalam hukum Islam, tindakan yang memanfaatkan hasil jerih payah pihak lain tanpa izin tidak sejalan dengan prinsip keadilan (al-'adl) dan kejujuran (ṣidq). Walaupun secara formal terdapat perubahan kata, substansi ekonominya tetap mengarah pada pemanfaatan reputasi pihak lain. Dengan demikian, penilaian syariah tidak berhenti pada bentuk lahiriah nama merek, tetapi juga mempertimbangkan niat, akibat, dan potensi kerugian yang ditimbulkan.

Berdasarkan uraian tersebut, tindakan pendaftaran merek oleh anak angkat selaku kuasa hanya dapat dibenarkan menurut hukum Islam apabila didasarkan pada kuasa yang jelas, dilaksanakan secara amanah, dan bertujuan menjaga hak pemilik merek yang sebenarnya. Sebaliknya, apabila dilakukan untuk menguasai reputasi atau manfaat ekonomi milik pihak lain, maka tindakan tersebut merupakan khiyānah dan bertentangan dengan prinsip *hiḏ al-māl*. Sengketa Kutus Kutus menunjukkan bahwa hukum Islam, sama seperti hukum positif, tidak hanya menilai formalitas tindakan, tetapi juga menekankan keadilan, kejujuran, dan perlindungan hak milik dalam setiap aktivitas ekonomi.

E. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa keabsahan pendaftaran merek oleh anak angkat selaku kuasa dalam perspektif hukum Indonesia sepenuhnya bergantung pada terpenuhinya ketentuan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis serta ketentuan perdata mengenai pemberian kuasa. Selama anak angkat bertindak berdasarkan surat kuasa yang sah, memenuhi syarat perjanjian Pasal 1320 KUHPerdata, dan melaksanakan kewenangan secara jujur serta bertanggung jawab, maka pendaftaran merek tersebut sah dan mengikat secara hukum. Namun, jika pendaftaran dilakukan tanpa dasar kuasa yang jelas atau itikad baik, tindakan tersebut dapat dikategorikan sebagai pendaftaran dengan itikad tidak baik dan berpotensi dibatalkan melalui Pengadilan Niaga. Status anak angkat tidak otomatis memberikan hak kepemilikan atau legitimasi atas merek tanpa adanya hubungan hukum yang jelas.

Dalam perspektif hukum Islam, penilaian dilakukan melalui kerangka akad wakālah dan prinsip amanah. Pendaftaran yang dilakukan berdasarkan kuasa sah dengan itikad baik untuk melindungi hak pemilik yang sebenarnya dibenarkan secara syar'i karena sejalan dengan maqāsid al-syarī'ah, khususnya perlindungan

harta (ḥifẓ al- māl). Sebaliknya, penyalahgunaan kuasa untuk mengambil atau membonceng hak orang lain merupakan khiyānah yang bertentangan dengan prinsip hukum Islam.

Sebagai saran, untuk meminimalkan sengketa, perusahaan disarankan untuk memperkuat dokumen pemberian kuasa, memastikan kejelasan objek dan batas kewenangan kuasa, serta menekankan prinsip itikad baik dalam setiap pendaftaran merek. Dengan demikian, perlindungan merek tidak hanya sah secara administratif, tetapi juga adil secara etis dan moral, sekaligus selaras dengan prinsip hukum Islam.

Daftar Pustaka

- Ainun, N., Maming, R., & Wahida, A. (2023). Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Branding Pada UMKM. *JESYA: Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 6(1), 674–681. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.967>
- Alim, S. (2025). Kedudukan Anak Angkat Dalam Kajian Hukum Islam Di Indonesia. *I'tiqadiah: Jurnal Hukum Dan Ilmu-Ilmu Kesyarifan*, 2(2), 113–127. <https://doi.org/10.63424/itiqadiah.v2i2.381>
- Angela, B. R., Andiza, D., & Sendy, B. (2025). Perlindungan Hukum Bagi Anak Adopsi Atas Pembagian Harta Warisan Orang Tua Angkat Menurut Hukum Perdata (Studi Putusan Nomor : 555/PDT/2017/PT SMG). *Judge : Jurnal Hukum*, 06(03), 521–527. <https://doi.org/10.54209/judge.v6i03.1513>
- Askin, M., & Masidin. (2023). Penelitian Hukum Normatif: Analisis Putusan Hakim Sebuah Langkah Utama Penulisan Karya Ilmiah (Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Makalah). Kencana.
- Astrella, N. (2025). Perlindungan Hukum Bagi Pemilik Merek Private Label Ditinjau Dalam Segi Merek Dagang Berdasarkan Undang- Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek [Universitas Lampung]. <https://digilib.unila.ac.id/93195/>
- Atsar, A. (2023). *Hukum Paten*. Deepublish.

- Azhim, I. K., Natalia, L., Izzati, S. N., & Rizka, F. (2025). Dampak Sosial Ekonomi dari Penggunaan Pinjaman Online Perspektif Maqāṣid al-Syari'ah. *AL-FIQH: Journal of Islamic Studies*, 3(2), 101–125. <https://doi.org/10.59996/al-fiqh.v3i2.791>
- Aziz, J. A., & Kholifah, A. (2025). The Wadī'ah and Murābahah Contracts in Islamic Banking: The Recognized and the Unrecognized Legally Transformation. *AL RISALAH: Jurnal Ilmu Syariah Dan Hukum*, 25(2), 558–578. <https://doi.org/https://doi.org/10.24252/al-risalah.vi.59093>
- Devi, S. N. R., & Sulistyو, 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>
- Efendi, D., Nurdin, Z., & Rosari, A. (2025). Kekuatan Hukum Akta Kuasa Substitusi Terhadap Kepemilikan Hak Atas Tanah Berdasarkan Akta Perjanjian Jual Beli. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 4(10), 3123–3146. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v4i10.3464>
- Ernanda, A. D. (2025). Efektivitas Perlindungan Hukum terhadap Merek Terdaftar dalam Mencegah Pemalsuan dan Sengketa Kekayaan Intelektual di Indonesia. *Padjadjaran Law Review*, 13(1), 88–99. <https://doi.org/https://doi.org/10.56895/plr.v13i1.2213>
- Farhan, M., Zikri, M. A., & Ilham, M. I. (2026). Analisis Penerapan Prinsip First To File Dan Hambatan Pendaftaran Merek Serta Potensi Pelanggaran Hak Cipta Logo Pada UMKM Kuliner Di Kabupaten Banjar. *Indonesian Journal of Islamic Jurisprudence, Economic and Legal Theory*, 4(1), 595–608. <https://doi.org/https://doi.org/10.62976/ijijel.v4i1.1652>
- Hans, C., & Kansil, C. S. T. (2023). Analisis Bentuk Perlindungan Hukum Terhadap Penggunaan Merek pada Kelas Barang dan Jasa yang Sama. *UNES Law Review*, 6(2), 4163–4171.

- <https://doi.org/https://doi.org/10.31933/unesrev.v6i2.1252>
- Harefa, A., & Butarbutar, E. N. (2026). Urgensi Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Cipta Lagu Kaitanya Dengan Hak Ekonomi. *Jurnal Profile Hukum*, 4(1), 59–69. <https://ejournal.ust.ac.id/index.php/JPH/article/view/6062>
- Hermawan, P., & Irhamdessetya, H. (2024). Perlindungan Hukum terhadap Merek Terdaftar. *Rampai Jurnal Hukum*, 3(2), 105–111. <https://doi.org/https://doi.org/10.35473/rjh.v3i2.3765>
- Jalaludin, D., Padhilah, P. R., Rojikin, U., Kholid, M., & Astarudin, T. (2025). Hak Kekayaan Intelektual Sebagai Objek Jaminan Pembiayaan Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *Hakam : Journal of Islamic Law Studies and Islamic Economic Law*, 9(2), 181–194. <https://doi.org/10.33650/jhi.v9i2.11878>
- Listyaningsih, M. (2023). Penerapan Sistem First To File Dalam Permohonan Pendaftaran Merek Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 (Studi Putusan Mahkamah Agung Nomor 836 K/Pdt.Sus-HKI/2022). Universitas Islam Sultan Agung.
- Manalu, J. C., Tambunan, L. N., Pardilla, R., & Stefani, S. R. (2026). Kasus Perdata Dan Pidana Pada Perselisihan Merek Dagang Studi Kasus Ayam Geprek Benu. *JIEB: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 4(1), 1–8.
- Manurung, R. W. T., & Silalahi, W. (2025). Perlindungan Hukum Terhadap Suatu Merek Terdaftar Di Indonesia. *USRAH: Jurnal Hukum Keluarga Islam*, 6(1), 183–198. <https://doi.org/https://doi.org/10.46773/usrah.v6i1.2121>
- Mulyati, R. (2023). Perlindungan Hukum Merek Terkenal Untuk Barang dan/atau Jasa Tidak Sejenis dalam Hukum Merek Indonesia. *Kencana*.
- Muruah, D. A., Prasetyasari, C., & Acmayu, W. D. (2025). Analisis Yuridis Legalitas Kepemilikan Merek Pada Suatu Produk Sebagai Upaya Terciptanya Perlindungan Hukum. *Zona Keadilan : Program Studi Ilmu Hukum (S1) Universitas Batam*, 15(3), 115–131. <https://doi.org/https://doi.org/10.37776/zkih.v15i3.2148>

- Nasution, R. Y., Kurniawan, F., & Muhammad Nur Iqbal. (2025). Rahn And Wakalah Agreements From The Perspective Of Muamalah Law. *Fox Justi: Jurnal Ilmu Hukum*, 15(02), 107-119.
<https://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Justi/article/view/6119>
- Nuriswandi, I., Amanda, K. R., Putra, A. D. D. D., & Ganefi. (2025). Perlindungan Hukum Merek Dagang Oleh Hak Kekayaan Intelektual Kemenkumham: Studi Kasus Pembatalan Merek. *JKHPK: Jurnal Kajian Hukum Dan Pendidikan Kewarganegaraan*, 2(1), 207-212.
<https://jurnal.globalscients.com/index.php/jkhpk/article/view/776>
- Nurlatifah, Akbar, M. A., & Setyanor, E. (2025). Hak Kekayaan Intelektual sebagai Kepemilikan Tak Berwujud dalam Perspektif Fikih Muamalah Kontemporer. *Ahsan: Jurnal Ilmiah Keislaman Dan Kemasyarakatan*, 2(2), 262-272.
<https://jurnal.pustari.com/index.php/ahsan/article/view/72>
- Nurlina. (2026). Eksistensi Hukum Pengangkatan Anak (Adopsi) Tanpa Penetapan Pengadilan Berlandaskan Hukum Positif Indonesia. *SUJUD: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 2(2), 1054-1065.
<https://doi.org/https://doi.org/10.63822/34aa3810>
- Nurmawati, B. (2024). *Hukum Merek*. CV. Mega Press Nusantara.
- Panjaitan, P. T. (2025). Penerapan Asas First to File sebagai Perlindungan Hukum Merek dalam Sengketa TikTok Ltd vs Fenfiana Saputra. *Welfare State*, 4(2), 272-287.
<https://doi.org/https://doi.org/10.56013/welfarestate.v4i2.4148>
- Paputungan, M., Abdussamad, Z., & Muhtar, M. H. (2025). Efektivitas Penerapan Hukum dalam Praktik Pengangkatan Anak di Desa Motabang. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 5(1), 5798-5813.

<https://doi.org/https://doi.org/10.31004/innovative.v5i1.17533>

- Putra, I. K. R. A., Gorda, A. A. . N. S. R., & Kurniawan, I. G. A. (2025). A Study of Legal Hermeneutics on the Interpretation of Trademark Law in Commercial Disputes. *Pena Justisia: Media Komunikasi Dan Kajian Hukum*, 24(1), 7368–7390.
- Putri, N. R., Rahman, T. A., Mu'aziah, S. R., & Hikmatullah. (2026). Kepastian Hukum Waris Aset Digital dalam Perspektif Hukum Islam dan Nasional. *Al-Zayn : Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, 4(1), 5379–5389.
<https://doi.org/https://doi.org/10.61104/alz.v4i1.4032>
- Ramadan, A. (2022). Praktik Pengangkatan Anak dibawah Tangan yang dilakukan Masyarakat Kota Lamgsa Perspektif Hukum Islam [Institut Agama Islam Negeri Langsa]. <http://digilib.iainlangsa.ac.id/3028/>
- Ramadhani, N. S., Pratiwi, L. N., & Sugianto, Q. F. (2025). Analisis Urgensi Pendaftaran Hak Merek dalam Perlindungan Hukum untuk Menjamin Persaingan Usaha yang Sehat di Indonesia. *JHN : Jurnal Hukum Nusantara*, 1(3), 215–226.
<https://onlinejournal.penacceleration.com/index.php/jhn/article/view/228>
- Rizky, F. K., Safnul, D., Sutiarnoto, Leviza, J., & Sinulingga, T. A. (2025). Legalitas Kewenangan Notaris sebagai Kuasa Dalam Pendaftaran Merek. *Neoclassical Legal Review: Journal of Law and Contemporary*, 04(01), 36–43.
<https://doi.org/https://doi.org/10.32734/nlrjolci.v4i1.20058>
- Salsabila, F., & Ilmi, S. S. (2024). Keadilan Sosial Sebagai Tujuan Maqasid Al-Syari'ah dalam Masyarakat Kontemporer. *IERJ: Interdisciplinary Explorations in Research Journal*, 4(1), 44–52. <https://doi.org/https://doi.org/10.62976/ierj.v4i1.1688>
- Sari, I. (2025). Urgensi Dan Fungsi Merek Dalam Dunia Bisnis Demi Terjaminnya Perlindungan Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 15(1), 23–36.
<https://doi.org/https://doi.org/10.35968/m-pu.v15i1.1390>

- Sembiring, M. F. M., Saidin, & Leviza, J. (2024). Analisis Yuridis Terhadap Pelanggaran Merek Mesin Pengeruk Terkait Merek Yang Memiliki Persamaan Pada Pokoknya Untuk Barang Sejenis (Studi Putusan Mahkamah Agung Republik Indonesia Nomor 1300 K/Pdt.Sus-Hki/2017). *Jiic: Jurnal Intelek Insan Cendekia*, 1(7), 3017–3033.
<https://jicnusantara.com/index.php/jiic/article/view/1025>
- Sinurat, R. M. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal Tidak Terdaftar Perspektif Peraturan Perundang-Undangan (Studi Kasus Putusan Nomor 49 PK/Pdt.Sus-HKI/2018) [Universitas Jambi].
<https://repository.unja.ac.id/55815/>
- Sitepu, D., & Raditya, I. B. Y. (2025). Kedudukan Anak Angkat Dalam Hukum Waris Perdata Indonesia. *JMA: Jurnal Media Akademik*, 4(1), 1–28.
<https://doi.org/https://doi.org/10.62281/6exxne27>
- Sitindaon, N., Lubis, N. W., Malau, G. T., Siburian, K. M. Y., & Ayuningrum, U. S. (2024). Promotion Strategy in Increasing Customer Loyalty in Companies. *Jurnal Nasional Holistic Science*, 4(3), 362–372.
<https://doi.org/10.56495/hs.v4i3.728>
- Solihin, H., Budiana, Rahman, B., Nurhayati, R., & Bakar. (2025). Pemberian Hak Eksklusif Oleh Negara Kepada Pemilik Merek Terdaftar Untuk Jenis Barang Dan Jasa Dalam Konsep Konsitutif Asas First To File. *Civil Officium: Journal of Empirical Studies on Social Science*, 5(2), 22–28.
<https://doi.org/https://doi.org/10.53754/civilofficium.v5i2.770>
- Surbakti, K. B., Purba, H., & Kaban, M. (2024). Legal Protection Against Adopted Children Are Inherited Property From The Adopted Parents. *Jurnal Ekonomi*, 13(2), 1456–1472.
<https://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi/article/view/4908>
- Urbanisasi, & Anderson, V. (2025). Penyelesaian Sengketa Merek Melalui Gugatan Perdata: Efektivitas Pengadilan Niaga Dalam

Perlindungan HKI Di Indonesia. *Jurnal Multilingual*, 5(2), 331–338.

<https://ejournal.penerbitjurnal.com/index.php/multilingual/article/view/1327>

- Utami, T. K., Rusman, R., & Mulyana, A. (2023). Digitising the Dissemination of Historical Legislation in Indonesia (Kitab Kutaramanawadharmasastra from Majapahit Kingdom). *Proceedings of the International Conference on “Changing of Law: Business Law, Local Wisdom and Tourism Industry” (ICCLB 2023)*, 1500–1506. https://doi.org/10.2991/978-2-38476-180-7_154
- Wena, Y. D. L. S., Aloysius, S., & Hedewata, A. (2023). Penerapan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis Terhadap Peredaran Merek Moke Di Kota Kupang. *Petium Law Journal*, 1(1), 99–109. <https://doi.org/https://doi.org/10.35508/pelana.v1i1.13357>
- Winata, H., & Satino, S. (2025). Kritik Yuridis Terhadap Sistem First to File Pada Perlindungan Hukum Merek Indonesia. *Jurnal USM Law Review*, 8(3), 2178–2197. <https://doi.org/https://doi.org/10.26623/julr.v8i3.12903>

halaman ini sengaja dikosongkan