

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia, sebagaimana dinyatakan dalam Pasal 1 Ayat (3) Konstitusi Negara Republik Indonesia Tahun 1945, merupakan negara hukum, yang menuntut setiap tindakan negara harus sesuai dengan hukum yang berlaku. Prinsip ini dikenal sebagai "*wetmatigheid van bestuur*".<sup>1</sup> Sebagai sistem sosial, hukum memainkan peran vital dalam menciptakan stabilitas, keadilan, dan keamanan, serta mengatur perilaku masyarakat sesuai dengan norma-norma yang telah ditetapkan. Hukum tidak hanya berfungsi sebagai instrumen untuk menyelesaikan sengketa, tetapi juga sebagai pedoman perilaku yang diperlukan untuk menciptakan keteraturan dalam masyarakat.

Mengacu pada tujuan negara Indonesia yang termuat dalam Pembukaan UUD 1945, yang menegaskan kewajiban pemerintah untuk melindungi seluruh rakyat dan memajukan kesejahteraan umum serta pendidikan nasional, Indonesia dapat dianggap sebagai negara yang mengadopsi prinsip *welfare state*, di mana kesejahteraan rakyat menjadi prioritas utama. Hal ini tercermin dalam beberapa pasal UUD 1945 yang menegaskan hak-hak dasar yang berkaitan dengan kesejahteraan. Diantaranya, Pasal 27 Ayat 2 yang menegaskan hak atas pekerjaan dan kehidupan yang layak, Pasal 28A yang menegaskan hak untuk hidup dan

---

<sup>1</sup> Ridwan HR, *Hukum Administrasi Negara Edisi Revisi*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2018), hal. 17.

mempertahankan kehidupan, serta dalam pasal-pasal lain yang berkaitan dengan kesejahteraan sosial.<sup>2</sup> Prinsip-prinsip ini memperkuat peran hukum sebagai alat untuk mencapai kesejahteraan sosial.

Hukum sebagai sistem yang teratur mencakup tiga nilai utama, yang mencakup Kepastian Hukum, yang meninjau dari sudut yuridis; Keadilan Hukum, yang meninjau dari sudut filosofis dan mengacu pada kesamaan hak di hadapan hukum; dan Kemanfaatan Hukum, yang menitikberatkan pada utilitas hukum bagi masyarakat. Sementara itu, tujuan hukum adalah mencapai kepastian, keadilan, dan kemanfaatan yang seimbang di antara ketiga aspek ini.<sup>3</sup> Kepastian hukum, menurut Utrecht, menggambarkan aturan yang bersifat umum, memberikan panduan kepada individu tentang batasan-batasan tindakan, serta memberikan perlindungan terhadap penyalahgunaan kekuasaan pemerintah. Hukum tidak hanya bertujuan untuk keadilan atau kemanfaatan semata, tetapi juga untuk memberikan kepastian yang dibutuhkan bagi keteraturan sosial.<sup>4</sup> Dengan adanya kepastian hukum, diharapkan dapat memberikan panduan bagi individu mengenai batasan-batasan perilaku serta perlindungan terhadap tindakan sewenang-wenang dari aparat penegak hukum.

Di era modern seperti sekarang, globalisasi ekonomi dan perdagangan telah mengakibatkan perubahan besar dalam domain hukum. Negara-negara, termasuk Indonesia yang terlibat dalam globalisasi ekonomi dan liberalisasi perdagangan,

---

<sup>2</sup> Oman Sukmana, "Konsep dan Desain Negara Kesejahteraan (*Welfare State*)", *Jurnal Sospol Vol. 2 No. 1*, (Juli-Desember, 2016): hal. 104.

<sup>3</sup> Mario Julyano, Aditya Yuli Sulistyawan, "Pemahaman Terhadap Asas Kepastian Hukum Melalui Konstruksi Penalaran Positivisme Hukum", *Jurnal Crepido, Vol. 1 No. 1*, (Juli, 2019): hal. 14.

<sup>4</sup> Riduan Syahrani, *Rangkuman Intisari Ilmu Hukum*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1999), hal. 23.

perlu menetapkan standar hukum yang konsisten untuk kegiatan ekonominya guna mencegah kecurangan dan konflik perdagangan. Perkembangan globalisasi ekonomi juga bersinergi dengan prinsip liberalisasi perdagangan atau perdagangan bebas, yang berdampak pada sistem hukum setiap negara yang terlibat dalam ekonomi global.<sup>5</sup>

Indonesia, sebagai negara hukum yang berorientasi pada konsep negara kesejahteraan, bertanggung jawab untuk membangun ekonomi yang berdampak positif bagi kesejahteraan dan kemakmuran rakyatnya. Orientasi ini menjadi fokus utama dalam mencapai kesejahteraan nasional. Untuk mencapai tujuan tersebut, semua aspek kehidupan sosial dan politik di Indonesia harus tunduk pada hukum. Sementara itu, hukum harus disusun dengan arah dan tujuan yang jelas. Kejelasan hukum dapat diwujudkan melalui pembentukan undang-undang yang jelas dan baik, sehingga implementasinya dapat dipahami dengan jelas oleh seluruh lapisan masyarakat. Salah satu contoh konkret dari implementasi norma hukum yang jelas adalah regulasi tentang Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di Indonesia.

Masalah Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dalam 3 (tiga) dekade terakhir ini menjadi perhatian utama karena dampaknya terhadap perdagangan global dan pertumbuhan ekonomi negara. Kemajuan teknologi dan pertumbuhan ekonomi berperan signifikan dalam perkembangan industri. Inovasi teknologi tidak hanya membawa kesejahteraan bagi masyarakat, tetapi juga mendorong kemajuan

---

<sup>5</sup> Badan Pembinaan Hukum Nasional Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, "Naskah Akademik RUU tentang Hak Kekayaan Industri", <[https://www.bphn.go.id/data/documents/naskah\\_akademik\\_ruu\\_tentang\\_hak\\_kekayaan\\_industri.pdf](https://www.bphn.go.id/data/documents/naskah_akademik_ruu_tentang_hak_kekayaan_industri.pdf)>, diakses pada tanggal 02 Mei 2024.

komunitas secara keseluruhan.<sup>6</sup> Saat ini, pasar menyediakan beragam produk, baik barang maupun jasa, untuk memenuhi kebutuhan manusia. Dengan meningkatnya persaingan yang ketat di sektor yang sama, perlindungan hukum terhadap HKI menjadi semakin dibutuhkan untuk menjaga persaingan usaha yang sehat serta mendukung inovasi dan perkembangan industri.

Peningkatan daya saing industri dapat dicapai dengan memperkuat perlindungan hukum terhadap HKI bagi pelaku industri melalui pembentukan instrumen hukum yang khusus untuk sektor industri dan perdagangan. Perlindungan ini diharapkan mampu memberikan keamanan yang efektif serta mempermudah proses pendaftaran Paten, Merek, dan Desain Industri, termasuk penegakan hukum untuk mempertahankan hak kepemilikan dan mengkomersialisasi HKI tersebut. HKI berperan krusial dalam menjaga persaingan usaha yang sehat dan mencegah praktik curang seperti peniruan, pembajakan, atau penggunaan HKI secara tanpa izin dari pemiliknya yang berhak. HKI, yang meliputi hak kepemilikan atas karya yang lahir dari intelektualitas manusia di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi, menjadi bagian yang tak terpisahkan dalam mendukung kemajuan industri dan perdagangan.<sup>7</sup>

Dalam dunia perdagangan, merek memiliki sejarah panjang sebagai salah satu bentuk Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang digunakan selama berabad-abad untuk menandai asal-usul suatu produk, yang dikenal sebagai indikasi asal.<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup> *Ibid.*, hal.2.

<sup>7</sup> Rachmadi Usman, *Hukum Hak atas Kekayaan Intelektual Perlindungan dan Dimensi Hukumnya di Indonesia*, (Bandung: PT. Alumni, 2003), hal. 2.

<sup>8</sup> Richard Burton Simatupang, *Aspek Hukum Dalam Bisnis*, (Jakarta: Asdi Mahasatya, 2003), hal. 86.

Menurut Pasal 1 huruf a Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, merek didefinisikan sebagai tanda grafis seperti gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam format 2 dimensi atau 3 dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang digunakan untuk membedakan barang dan/atau jasa dari produsen atau perusahaan tertentu dalam kegiatan perdagangan. Dari definisi ini, dapat disimpulkan bahwa fungsi utama merek adalah sebagai identifikasi bagi barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh individu atau badan hukum tertentu dalam kegiatan perdagangan yang serupa. Merek memungkinkan konsumen untuk mengidentifikasi produsen atau penyedia jasa tertentu, sehingga merek dapat dianggap sebagai penanda asal produk atau jasa.

Namun, penting untuk dicatat bahwa merek tidak akan mendapat perlindungan hukum jika tidak digunakan dalam konteks aktivitas perdagangan. Perlindungan merek bertujuan untuk memastikan bahwa pemilik merek secara aktif menggunakan mereknya.<sup>9</sup> Dengan semakin berkembangnya ekonomi digital dan perdagangan lintas batas, merek dagang telah menjadi salah satu aset paling berharga bagi perusahaan. Merek tidak hanya berfungsi sebagai identitas produk, tetapi juga sebagai alat utama untuk menciptakan loyalitas konsumen dan membangun kepercayaan di pasar yang kompetitif.<sup>10</sup>

Seiring dengan perkembangan zaman, peluang usaha di Indonesia semakin meluas. Namun sejalan dengan itu, persaingan antar perusahaan pun semakin ketat.

---

<sup>9</sup> Titon Slamet Kurnia, S.H., M.H., *Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal di Indonesia Pasca Perjanjian TRIPs*, (Bandung: PT. Alumni, 2011), hal 111.

<sup>10</sup> Berlyn, dkk, "Analisis Pengaruh Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Merek Mixue di Kabupaten Karawang", *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia Vol. 1 No. 2*, (Desember, 2023): hal. 60.

Persaingan ini mendorong produsen untuk terus mengembangkan merek mereka sebagai salah satu cara untuk memenangkan persaingan pasar. Dengan popularitas merek yang tinggi, konsekuensinya risiko pelanggaran merek seperti peniruan, pembajakan, dan pemalsuan juga semakin meningkat. Situasi ini tidak hanya terjadi di Indonesia, tetapi juga terjadi di negara-negara lain.

Dalam produk di beberapa negara lain, *Trademark Coexistence Agreement (TCA)* telah lazim digunakan untuk menyelesaikan konflik merek tanpa harus melalui litigasi yang panjang dan mahal. Salah satu contoh yang terkenal adalah kasus antara Apple Inc. dan Apple Corps. Konflik antara kedua perusahaan ini terkait dengan penggunaan nama "Apple" dalam konteks yang berbeda; Apple Inc. menggunakan nama tersebut untuk produk teknologi, sementara Apple Corps, perusahaan yang didirikan oleh The Beatles, menggunakan nama yang sama untuk industri musik. Setelah melalui proses hukum yang panjang, kedua perusahaan akhirnya mencapai kesepakatan *Coexistence* pada tahun 2007, yang memungkinkan Apple Inc. untuk menggunakan nama tersebut tanpa mengganggu bisnis musik dari Apple Corps, dengan syarat-syarat tertentu yang diatur dalam perjanjian *Coexistence*.<sup>11</sup>

Contoh lain adalah kasus antara Starbucks Corporation dan Sambucks Coffee di Amerika Serikat. Starbucks, sebagai perusahaan kopi global yang terkenal, menghadapi masalah dengan sebuah kedai kopi lokal bernama Sambucks Coffee yang beroperasi di Oregon. Setelah menjalani proses sengketa hukum,

---

<sup>11</sup> BBC News, "Deal ends Beatles' Apple battle", <<http://news.bbc.co.uk/2/hi/entertainment/6332319.stm>>, diakses pada tanggal 26 Agustus 2024.

kedua pihak akhirnya mencapai kesepakatan *Coexistence* yang memungkinkan Sambucks Coffee untuk tetap menggunakan namanya, tetapi dengan batasan tertentu agar tidak membingungkan konsumen dan melanggar merek Starbucks. Perjanjian ini menunjukkan fleksibilitas *Trademark Coexistence Agreement* dalam mengakomodasi bisnis lokal tanpa merugikan kepentingan pemilik merek besar.<sup>12</sup>

Selanjutnya, ada kasus Delta Airlines dan Delta Dental, dua perusahaan besar di Amerika Serikat yang beroperasi di industri yang sangat berbeda tetapi menggunakan nama yang sama. Meskipun kedua perusahaan ini berbagi merek yang sama, mereka telah berhasil menghindari konflik merek melalui perjanjian *Coexistence* yang mengatur bagaimana dan di mana nama "Delta" dapat digunakan oleh masing-masing perusahaan. Ini adalah contoh yang sangat baik dari bagaimana TCA dapat diterapkan bahkan dalam situasi di mana terdapat 2 (dua) nama merek identik, tetapi digunakan untuk bisnis yang berbeda.<sup>13</sup>

Di Eropa, contoh implementasi *Trademark Coexistense Agreement* yang menarik adalah kasus antara Lacoste dan Crocodile International. Kedua perusahaan menggunakan logo yang serupa, yaitu gambar buaya, untuk produk yang berbeda, yaitu pakaian dan sepatu. Setelah beberapa tahun menjalani konflik hukum, mereka mencapai kesepakatan *Coexistence* yang memungkinkan kedua

---

<sup>12</sup> World Law, "*Starbucks Trademark Infringement Case*", <<https://worldlaw.eu/starbucks-trademark-infringement-case/>>, diakses pada tanggal 26 Agustus 2024.

<sup>13</sup> Mason Hayes & Curran LLP, "*Coexistence Agreements in Trade Mark Settlements*", <<https://www.mhc.ie/latest/insights/Coexistence-agreements-in-trade-mark-settlements>>, diakses pada tanggal 27 Agustus 2024.

perusahaan untuk tetap menggunakan logo buaya mereka di pasar yang berbeda, asalkan mereka mengikuti pedoman penggunaan yang telah disepakati.<sup>14</sup>

Di Indonesia, *Trademark Coexistence Agreement*, selanjutnya disebut sebagai TCA, memiliki potensi signifikan sebagai solusi yang efektif dalam mengatasi tantangan khusus di pasar lokal. Tingginya tingkat peniruan merek dan kesulitan dalam penegakan hukum kekayaan intelektual mendorong perlunya pendekatan yang lebih fleksibel dan kolaboratif dibandingkan litigasi konvensional. Melalui TCA, pemilik merek dapat mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan, menghindari proses hukum yang panjang dan mahal, serta melindungi kepentingan bisnis tanpa harus mengorbankan hak-hak hukum mereka.

Dalam era ekonomi digital di Indonesia, penerapan TCA juga memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan industri kreatif dan teknologi. Seiring dengan meningkatnya ketergantungan pada merek sebagai aset utama dalam ekonomi digital, TCA menawarkan solusi hukum yang lebih adaptif dan responsif terhadap dinamika pasar yang cepat berubah. Pengakuan dan pengaturan TCA dalam sistem hukum Indonesia tidak hanya akan memperkuat perlindungan merek, tetapi juga mendukung agenda untuk menjaga dan mengembangkan iklim persaingan usaha yang sehat.

Meskipun dokumentasinya terbatas, potensi penerapan *Trademark Coexistence Agreement (TCA)* di Indonesia dapat terlihat jelas dalam sengketa

---

<sup>14</sup> The Press United, "Lacoste wins the trademark battle against Crocodile; Delhi High Court grants permanent injunction", <<https://thepressunited.com/business/lacoste-wins-the-trademark-battle-against-crocodile-delhi-high-court-grants-permanent-injunction/#:~:text=In%20a%20landmark%20decision%2C%20the%20Delhi%20High%20Court,Narula%20delivering%20a%20judgment%20in%20favor%20of%20Lacoste>>, diakses pada tanggal 27 Agustus 2024.

merek antara Gudang Garam dan Gudang Baru. Kasus ini melibatkan perseteruan antara dua perusahaan dengan nama merek yang mirip, di mana Gudang Garam sebagai salah satu produsen utama rokok menghadapi tantangan dari Gudang Baru yang menggunakan nama serupa.<sup>15</sup> Meskipun upaya penyelesaian masalah telah ditempuh melalui jalur pengadilan, penerapan TCA sejak awal mungkin dapat menawarkan solusi yang lebih efisien dan menguntungkan bagi kedua pihak. Dengan menetapkan batasan pada penggunaan merek berdasarkan wilayah distribusi atau kategori produk, TCA dapat mengurangi potensi kebingungan di pasar. Contoh ini menyoroti relevansi dan manfaat TCA dalam menangani konflik merek di Indonesia, terutama mengingat dinamika pasar yang semakin kompleks dan kompetitif.

Contoh-contoh di atas menunjukkan bahwa *Trademark Coexistence Agreement (TCA)* dapat menjadi alternatif solusi yang sangat efektif dalam mengatasi konflik merek yang kompleks. Dengan TCA, perusahaan dapat mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan dan menghindari biaya serta ketidakpastian yang sering kali terkait dengan litigasi. Meskipun regulasi TCA belum diadopsi secara spesifik di Indonesia, penerapannya memiliki potensi besar untuk mengatasi tantangan serupa di pasar Indonesia yang semakin berkembang memasuki skala global.

Dalam konteks ini, TCA menjadi sangat relevan sebagai instrumen hukum yang memungkinkan entitas bisnis untuk menghindari sengketa hukum yang

---

<sup>15</sup> Muhammad Dhafin, Hendro Saptono, "Implikasi Hukum Ketidapatuhan Gudang Baru Terhadap Putusan MA Dalam Perkara Sengketa Merek Dagang Dengan Gudang Garam", *Diponegoro Law Journal*, Vol. 12 No. 4, (Oktober, 2023): hal. 5-11.

berkepanjangan dengan berbagi penggunaan merek tanpa menimbulkan kebingungan di pasar. Kesepakatan ini menyediakan solusi yang fleksibel dan pragmatis, terutama dalam situasi di mana konflik kepemilikan merek dapat mengganggu aktivitas bisnis dan merusak citra perusahaan. Perusahaan sering kali menggunakan TCA untuk mengatur hubungan hukum antara merek-merek yang serupa, sehingga mereka dapat beroperasi di pasar tanpa menimbulkan konflik hukum dan gangguan pasar.

Perjanjian *Coexistence* memungkinkan pihak-pihak yang terlibat untuk mendefinisikan batasan-batasan yang jelas mengenai penggunaan merek, baik dalam hal wilayah geografis, jenis produk atau jasa, maupun cara penggunaan merek. Hal ini sangat penting untuk menjaga integritas dan reputasi merek di pasar yang terus berkembang, sekaligus melindungi konsumen dari kebingungan dan kerugian. Dalam jangka panjang, penerapan TCA dapat berkontribusi pada pengembangan hukum merek di Indonesia dengan lebih responsif terhadap dinamika perdagangan global dan kebutuhan bisnis modern yang serba digital.

Untuk mengatasi permasalahan penyalahgunaan merek, langkah-langkah hukum harus diambil untuk melindungi merek sebagai hasil dari kreativitas manusia. Menurut Z. Asikin Kusumah Atmadja, dalam konteks hukum, sebuah penemuan atau karya hanya memiliki nilai jika ada perlindungan hukum yang memungkinkan pemiliknya untuk melindungi karyanya dari upaya-upaya peniruan oleh pesaing yang ingin memperoleh keuntungan tidak adil dengan meniru produk

tersebut.<sup>16</sup> Di Indonesia, situasinya menjadi lebih kompleks karena kondisi ekonomi dan budaya yang belum sepenuhnya mendukung penerapan sistem perlindungan kekayaan intelektual yang efektif, seperti yang umumnya ditemukan di negara-negara maju. Dalam konteks ini, perjanjian *Coexistence* merek (*Trademark Coexistence Agreement*) dapat menjadi alat yang berguna dalam mengatur hubungan antara merek-merek serupa yang memungkinkan mereka untuk beroperasi di pasar tanpa konflik hukum yang berkepanjangan.

Tantangan yang dihadapi perusahaan dalam melindungi merek mereka semakin kompleks dengan perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi. Peniruan dan pemalsuan merek kini tidak hanya terjadi di tingkat lokal, tetapi juga lintas negara. Oleh karena itu, kerja sama internasional dalam penegakan hukum atas kekayaan intelektual menjadi semakin penting untuk memastikan bahwa merek-merek dagang mendapatkan jaminan untuk dilindungi secara efektif di pasar global.

Selanjutnya, peran pemeriksa merek dalam mendukung implementasi *Trademark Coexistence Agreement (TCA)* adalah faktor penting dalam sistem hukum merek. Pemeriksa merek memiliki tugas utama untuk menilai apakah sebuah merek layak didaftarkan atau tidak, dengan mempertimbangkan berbagai faktor seperti kesamaan dengan merek lain yang sudah ada. Dalam konteks TCA, peran ini menjadi lebih kompleks karena pemeriksa merek tidak hanya harus mempertimbangkan aspek yuridis dan substantif dari sebuah merek, tetapi juga

---

<sup>16</sup> Slamet Yuswanto, Tesis: *Perlindungan Hukum Hak Atas Merek Terhadap Tindakan Passing Off* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2002), hal. 6.

harus memahami dan mengakomodasi kesepakatan *Coexistence* yang mungkin telah ada antara para pemilik merek. Hal ini memerlukan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana TCA bekerja dan bagaimana implementasinya dapat selaras dengan prinsip-prinsip hukum yang berlaku di Indonesia. Pemeriksa merek harus memastikan bahwa perjanjian *Coexistence* yang diusulkan tidak melanggar ketentuan hukum dan tetap melindungi kepentingan publik, khususnya untuk mencegah kebingungan di pasar. Dengan demikian, peningkatan kapasitas dan pemahaman pemeriksa merek tentang TCA sangat diperlukan untuk mendukung penerapan perjanjian ini di Indonesia, dan sekaligus memberikan perlindungan hukum yang efektif bagi para pemilik merek.

Namun demikian, dalam mengatasi masalah penyalahgunaan merek, perlu dicatat bahwa penegakan hukum tidak selalu menjadi solusi yang efektif. Terkadang, pendekatan lain seperti perjanjian *Coexistence* merek (*Trademark Coexistence Agreement*) dapat menjadi pilihan yang lebih bijaksana. Dengan perjanjian semacam ini, perusahaan yang memiliki merek yang serupa dapat memilih untuk menggunakan solusi yang saling menguntungkan, yang memungkinkan mereka untuk berbagi pasar tanpa ada konflik hukum yang merugikan reputasi dan kepentingan ekonomi secara lebih luas. Sebagai alternatif yang lebih kolaboratif, perjanjian *Coexistence* merek dapat mengurangi biaya dan kerumitan yang terkait dengan proses hukum, sambil tetap melindungi hak-hak merek masing-masing pihak.

Meskipun TCA telah terbukti efektif di berbagai negara, penerapannya di Indonesia masih belum banyak mendapat perhatian. Di Indonesia, pengaturan mengenai

perjanjian *Coexistence* merek (*Trademark Coexistence Agreement*) belum diatur secara tegas dalam undang-undang yang khusus mengatur tentang hal tersebut. Meskipun Undang-Undang (UU) Merek memberikan kerangka dasar untuk perlindungan merek dan pengaturan tentang prosedur pendaftaran, namun tidak secara spesifik membahas mengenai perjanjian *Coexistence* merek. Oleh karena itu, praktik perjanjian semacam ini sering kali mengacu pada prinsip-prinsip yang terdapat dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) serta interpretasi dari kasus-kasus yang telah ada. Meskipun *Trademark Coexistence Agreement* semakin diakui pentingnya di tingkat internasional, regulasi di Indonesia masih kurang memberikan perhatian yang memadai terhadap mekanisme ini. Kekosongan hukum dalam UU Merek menyebabkan pengusaha dan pemeriksa merek harus mengandalkan interpretasi hukum yang ada, yang sering kali menimbulkan ketidakpastian dalam praktik.

Secara yuridis dan normatif, meskipun belum diatur secara khusus, perjanjian *Coexistence* merek tetap dapat diterapkan di Indonesia dengan memperhatikan prinsip-prinsip hukum yang berlaku. Asas-asas umum hukum perdata seperti kebebasan berkontrak, kesepakatan antara pihak-pihak yang bersangkutan, serta prinsip keadilan dan kemanfaatan dapat menjadi dasar dalam menyusun perjanjian *Coexistence* merek. Selain itu, prinsip-prinsip normatif hukum kekayaan intelektual, khususnya dalam UU Merek juga harus menjadi acuan dalam menafsirkan dan menerapkan perjanjian semacam ini.

Perlu dicatat bahwa penerapan perjanjian *Coexistence* merek di Indonesia sangat bergantung pada kesepakatan antara pihak-pihak terkait dan penilaian

pengadilan mengenai sengketa atau pelanggaran yang mungkin timbul. Walaupun ketentuan mengenai perjanjian *Coexistence* merek belum diatur secara khusus, pendekatan yang memanfaatkan kerangka hukum yang ada dan prinsip-prinsip yang berlaku dapat menjadikan perjanjian ini sebagai alat yang efektif dalam mengelola konflik dan memfasilitasi kerja sama antara pemilik merek yang bersaing. Mengingat meningkatnya jumlah sengketa merek di Indonesia dan kompleksitas pasar yang semakin dinamis, terdapat urgensi yang mendalam untuk mengeksplorasi penerapan TCA dengan pendekatan hukum yang lebih adaptif dan responsif. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi cara-cara di mana *Trademark Coexistence Agreement* dapat diintegrasikan secara lebih efektif dalam kerangka hukum perdata Indonesia, serta bagaimana peran pemeriksa merek dapat diperkuat untuk menghadapi tantangan yang timbul dari perjanjian tersebut. Penelitian ini juga diharapkan dapat mengembangkan pendekatan hukum yang lebih holistik, yang tidak hanya melindungi kepentingan bisnis tetapi juga menjaga keseimbangan antara kepastian hukum, keadilan, dan kemanfaatan di tengah dinamika perdagangan modern yang terus berkembang.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian mengenai latar belakang masalah tersebut di atas, maka dapat dirumuskan pokok permasalahan sebagai berikut:

- 1) Bagaimana pengaturan mengenai *Coexistence Agreement* yang digunakan untuk mencegah sengketa hukum kepemilikan merek yang sama atau serupa di Indonesia?

- 2) Bagaimana efektivitas *Coexistence Agreement* dalam mencegah sengketa hukum antara pemilik merek di Indonesia?
- 3) Bagaimana pengaturan mengenai perlindungan hukum terhadap merek yang terikat dalam *Coexistence Agreement* dari perspektif kepastian hukum?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian secara khusus merupakan pernyataan mengenai apa yang hendak dicapai dari penelitian yang dilakukan. Berdasarkan latar belakang permasalahan yang dihadapi serta manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian ini, maka dapat diuraikan tujuan penelitian ini, sebagai berikut:

- 1) Mengidentifikasi potensi penerapan dan kendala pelaksanaan *Trademark Coexistence Agreement* dalam rangka mengatasi dan mencegah konflik kepemilikan merek, dengan memperhatikan ketentuan hukum perdata dan mekanisme pendaftaran merek.
- 2) Mengembangkan pemikiran dan rekomendasi penggunaan *Trademark Coexistence Agreement* dalam rangka menyelaraskan kepentingan para pihak yang terlibat, serta dampaknya terhadap proses dan mekanisme pendaftaran merek di Indonesia.
- 3) Menemukan alternatif metode penyelesaian sengketa yang lebih efektif dalam konflik merek, dengan menggunakan *Trademark Coexistence Agreement* sebagai instrumen utama, serta mengevaluasi penerapannya dalam konteks hukum perdata dan proses pendaftaran merek.

- 4) Mengembangkan wawasan baru terkait model *Trademark Coexistence Agreement*, terutama untuk menyelesaikan sengketa merek secara damai dengan tetap didasarkan pada prinsip kepastian hukum bagi para pemilik merek.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki dua manfaat pokok sebagai berikut:

- 1) Manfaat Teoritis, yakni:
  - a. Memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai konsep hukum merek dan hukum perdata dalam konteks penyelesaian konflik merek melalui *Coexistence Agreement*.
  - b. Memberikan kontribusi dalam perkembangan hukum merek dan hukum perdata dengan menyediakan analisis yang mendalam terhadap penggunaan *Coexistence Agreement*.
- 2) Manfaat Praktis, yakni:
  - a. Dapat digunakan sebagai panduan praktis bagi pihak-pihak yang terlibat dalam penyelesaian konflik merek untuk menyusun *Coexistence Agreement* yang efektif dan sah secara hukum.
  - b. Memfasilitasi proses penyelesaian konflik merek dengan menyediakan pemahaman yang komprehensif dan mendalam mengenai *Coexistence Agreement* dalam perspektif hukum merek dan hukum perdata.

- c. Dapat dijadikan sebagai masukan dan referensi bagi pemeriksa merek dan praktisi hukum dalam menilai keabsahan dan kekuatan hukum dari *Coexistence Agreement* dalam konteks hukum merek dan hukum perdata.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

Penulisan penelitian ini terdiri dari 5 (lima) bab dan terbagi kedalam beberapa sub bab dengan sistematika sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab 1 memuat pendahuluan yang terdiri dari lima bagian: latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan. Pada bab ini, penulis menjelaskan motivasi untuk meneliti lebih lanjut fungsi *Trademark Coexistence Agreement* dalam penyelesaian sengketa merek di Indonesia, dengan mempertimbangkan relevansi dan tantangannya dalam konteks global. Bab ini bertujuan memberikan struktur yang jelas untuk penelitian ini, termasuk batasan kajian yang diteliti dan tujuan yang ingin dicapai.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab II terdiri dari dua bagian utama: Landasan Teori dan Landasan Konseptual. Landasan Teori membahas dasar-dasar penelitian, termasuk teori perlindungan HKI, teori perjanjian beserta syarat dan asasnya, serta teori tujuan hukum Gustav Radbruch yang mencakup keadilan, kemanfaatan, dan kepastian hukum. Landasan Konseptual menguraikan merek sebagai bagian dari HKI, *Trademark Coexistence*

*Agreement*, mekanisme penyelesaian sengketa merek di Indonesia, serta peran pemeriksa merek.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan berbagai aspek metodologi penelitian, termasuk jenis penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, pendekatan masalah, serta teknik analisis data yang diterapkan dalam penelitian ini.

### **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Bab ini membahas penerapan *Trademark Coexistence Agreement (TCA)* dalam mencegah sengketa merek di Indonesia, termasuk pengaturannya dalam hukum, perannya dalam menjamin kepastian hukum, dan implikasi hukumnya dalam ranah perdata. Analisis juga mencakup perlindungan hukum melalui studi kasus implementasi TCA di Indonesia, tantangan penerapannya, serta pembelajaran dari negara lain. Selain itu, diberikan rekomendasi kebijakan dan strategi untuk memperkuat TCA sebagai mekanisme penyelesaian sengketa merek.

### **BAB V PENUTUP**

Bab penutup merupakan bagian terakhir dari penelitian ini yang memuat kesimpulan dan saran. Kesimpulan dirumuskan berdasarkan analisis terhadap pengaturan dan implementasi *Trademark Coexistence Agreement (TCA)* yang telah dibahas pada bab sebelumnya, dengan mengacu pada landasan hukum, teoritis, dan konseptual. Bagian ini juga menyampaikan saran kepada pemangku kepentingan terkait untuk memperkuat penerapan TCA sebagai mekanisme penyelesaian sengketa merek di Indonesia.