

Gugatan Pembatalan Merek Sebagai Upaya Hukum Memerangi Fenomena *Trademark Bullying* yang didasari oleh Penggunaan Merek dengan Kata Umum

Trademark Cancellation Litigation as a Legal Mechanism to Address Trademark Bullying Involving the Use of Common or Generic Terms in Trademarks

Dinda Amelia Suwandi

Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran, Sumedang, Indonesia

Email: dinda21019@mail.unpad.ac.id

Abstract: *The phenomenon of trademark bullying occurs when trademark owners excessively exercise their rights to pressure other parties, particularly in cases involving marks that use common words or lack distinctiveness. Weak distinctiveness parameters in the first-to-file system allow generic marks to remain registered and potentially be misused, as seen in the Campus/Kampus vs. Distinction case. This normative juridical research shows that the use of common words in trademarks is a primary trigger of intimidation, as trademark owners can claim a monopoly over terms that should be freely available for public use. Decision Number 25 K/Pdt.Sus-HKI/2014, which annulled the "Campus/Kampus" trademark, demonstrates that trademark cancellation lawsuits are an effective means to counter trademark bullying. These findings highlight the need to tighten substantive examination, enforce the principle of good faith, and strengthen restrictions on the use of common terms in trademark registration.*

Abstract: Fenomena trademark bullying muncul ketika pemilik merek menggunakan haknya secara berlebihan untuk menekan pihak lain, terutama pada merek yang menggunakan kata umum atau tidak memiliki daya pembeda. Lemahnya parameter daya pembeda dalam sistem first to file membuat merek generik tetap terdaftar dan berpotensi disalahgunakan, sebagaimana terlihat dalam kasus Campus/Kampus vs Distinction. Penelitian yuridis normatif ini menunjukkan bahwa penggunaan kata umum dalam merek merupakan pencetus utama intimidasi, karena pemilik merek dapat mengklaim monopoli atas istilah yang seharusnya bebas dipakai publik. Putusan Nomor 25 K/Pdt.Sus-HKI/2014, yang membatalkan merek "Campus/Kampus", membuktikan bahwa gugatan pembatalan merek adalah sarana efektif untuk melawan trademark bullying. Temuan ini menegaskan perlunya pengetatan pemeriksaan substantif, penerapan asas itikad baik, dan penguatan batasan penggunaan istilah umum dalam pendaftaran merek.

Article History

Received: Oktober 29, 2025

Revised: Oktober 30, 2025

Published: November 15, 2025

Keywords :

trademark bullying, common words, distinctiveness, trademark cancellation, good faith.

Kata Kunci :

trademark bullying, kata umum, daya pembeda, pembatalan merek, itikad baik.



<https://doi.org/10.5281/zenodo.17621563>

This is an open-access article under the [CC-BY-SA License](#).

PENDAHULUAN

Kekayaan intelektual secara teoritis merupakan salah satu bagian dari hukum harta benda yang tidak berwujud, hal ini menjadikan konsep Hak Kekayaan Intelektual bersifat sangat abstrak dan berbeda dengan sifat umum hukum harta benda yakni hak atas benda bergerak, dimana hak kekayaan intelektual tak memiliki wujud.¹ Idealnya Kekayaan Intelektual merupakan konsep yang mencakup hak yang diberikan pada tiap individu atau organisasi atas hasil karya kreatif dan inovatif mereka. Apabila berbicara dalam segi konseptual, kekayaan intelektual merupakan sarana guna melindungi ide dan

¹ Sudaryat, Sudjana, and Rika Ratna Permata. "Hak Kekayaan Intelektual." Bandung: Oase Media (2010). hlm 17

gagasan.² Hal ini sejalan dengan teori yang telah dikemukakan oleh Robert M Sherwood, salah satunya Reward Theory yang berpendapat bahwa orang yang menghasilkan karya intelektual harus mendapatkan penghargaan sebagai imbalan atas usaha dan kreativitas mereka.³

Merek merupakan sebuah tanda yang menjadi pionir pertama dalam perdagangan, sebab dengan hadirnya merek yang berupa tanda dapat mengidentifikasi jaminan dan kualitas yang akan diberikan atau dihasilkan serta dalam upaya pencegahan terjadinya persaingan usaha tidak sehat yang pelakunya beritikad buruk dengan cara membonceng reputasinya.⁴ Walaupun reputasi merek merupakan aset yang tidak tidak berwujud, tetapi hukum tetap memandang bahwa reputasi merek merupakan harta kekayaan yang harus dilindungi.⁵

Merek merupakan salah satu objek Kekayaan Intelektual yang memperoleh perlindungan, secara tidak langsung maksud dari perlindungan merek merujuk pada kedua hal yakni :

1. Perlindungan Preventif dimana perlindungan atas merek terjadi sebelum adanya tindak pidana atau pelanggaran atas merek dengan cara mendaftarkan merek terlebih dahulu
2. Perlindungan Represif adalah perlindungan yang dilakukan setelah adanya tindak pidana atau pelanggaran merek terjadi. Dalam konsep ini perlindungan diberikan dengan hadirnya berbagai peran seperti peradilan, kepolisian, penyidik pegawai negeri sipil (PPNS) dan lain-lainnya

Untuk mendapatkan perlindungan merek, sudah menjadi keharusan untuk seseorang atau badan hukum mendaftarkan mereknya terlebih dahulu mengingat dasar perlindungan pada UU Merek menggunakan sistem Konstitutif atau menerapkan perlindungan atas pendaftar pertama atau *first to file*, dimana untuk mendapatkan perlindungan perlu dilakukannya pendaftaran sebagaimana tercantum pada pasal 3 Undang – Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU Merek) yakni “*Hak atas Merek diperoleh setelah Merek tersebut terdaftar*”.

Fenomena baru terkait permasalahan atas hak merek yang tentunya berkaitan dengan perkembangan zaman, salah satunya permasalahan pada era pasar bebas yakni *Trademark Bullying* yang menurut UPSTO dalam *Report to Congress Trademark Litigation Tactics and Federal Government Service to Protect Trademark and Prevent Counterfeiting* pada april 2011, menjelaskan bahwasanya frasa ‘**Bully**’ digunakan untuk mendeskripsikan tindakan “Pemilik Merek yang menggunakan hak eksklusif atas mereknya untuk mengintimidasi dan menghancurkan bisnis lain di luar apa yang diperbolehkan oleh hukum”.

Tak hanya itu, dalam laporan kepada kongres tersebut menjelaskan bahwa terjadinya Trademark Bullying dikarenakan adanya garis tipis dalam menegakan hak mereknya. Seringkali pemilik merek terlalu bersemangat atau *Too Zealous* yang pada akhirnya menjadi agresif dalam menegakan hak-nya sehingga membatasi batas wajar dalam penegakan hak merek miliknya. Ketika penegakan atas suatu merek terlalu berlebihan tentunya akan dicap sebagai “Trademark Bullying” dengan menggunakan taktik yang melibatkan klaim pelanggaran dan penyalahgunaan yang berlebihan atau *overreaching*.⁶

Tak jarang pemilik merek yang bertindak sebagai penindas merek melakukan hal legal untuk melancarkan tindakan ilegal. Frasa ilegal ini merujuk pada kepentingan pribadi yang menyebabkan kerugian bagi pihak lain. Dalam fenomena ini pelaku Trademark Bullying melakukan hal legal yakni mengajukan gugatan yang sah secara hukum atas merek pihak lain yang pada dasarnya tidak ada permasalahan dengan pelaku. Fenomena adanya Trademark Bullying tidak terlepas dengan hadirnya hak merek yang melekat yakni hak eksklusif. Hak eksklusif pada dasarnya adalah hak untuk pemilik

² Lindsey, Tim, et al., eds. Hak Kekayaan Intelektual, Suatu Pengantar Edisi Kedua. Penerbit Alumni, 2022, hal 3

³ Ranti Fauza Mayana.(2004), Perlindungan Desain Industri di Indonesia dalam Era Perdagangan Bebas. Grasindo, Jakarta, hlm 89-93.

⁴ Rahmi Jened. Hukum merek (trademark law): dalam era global dan integrasi ekonomi. Prenadamedia Group, 2015. hlm 3

⁵ Suyud Margono dan Amir Angkasa. Komersialisasi aset intelektual aspek hukum bisnis. Gramedia Widiasarana Indonesia, 2002, hlm 144

⁶ Quynh La . Bully No More: Why Trademark Owners Engage in Trademark Overreach and How to Prevent It. Wash. L. Rev. 2021. hlm 682

merek terdaftar untuk mengeksploitasi mereknya secara sendiri maupun dengan cara melisensikan atau bahkan dialihkan kepada pihak lain. Pada praktik Trademark Bullying hak eksklusif ini digunakan secara agresif oleh penindas merek untuk mengintimidasi atau menindas merek lain dengan gugatan yang tak beralasan atau tak berdasar.

Hingga saat ini *Trademark bullying* masih belum diatur dalam UU Merek, namun dari pengertian dari UPSTO menghadirkan standar *trademark bullying* menjadi:

1. Adanya penegakan Hak atas Merek;
2. Penegakan tersebut mencerminkan intimidasi dan/atau melecehkan bisnis orang lain;
3. Perbuatan tersebut melebihi apa yang di interpretasikan oleh hukum.

Namun beberapa UU Merek memberikan kerangka hukum sebagai pelindungan merek dan hak serta kewajiban dalam kepemilikan merek yang cukup relevan dengan fenomena trademark bullying, diantaranya :⁷

Tabel.1 UU Merek yang relevan dengan *trademark bullying*

Pasal 1 angka 1	Menjelaskan bahwa merek merupakan tanda yang dapat ditampilkan secara grafis dan digunakan untuk membedakan barang atau jasa yang dihasilkan oleh satu pelaku usaha dari pelaku usaha lainnya. Definisi ini menekankan bahwa merek berfungsi sebagai alat identifikasi, bukan sebagai sarana untuk menekan pihak lain secara tidak adil.
Pasal 21	Mengatur alasan penolakan pendaftaran merek, termasuk jika merek tersebut memiliki kesamaan dengan atau meniru merek lain yang sudah terkenal sehingga berpotensi menimbulkan kebingungan di masyarakat. Ketentuan ini dimaksudkan untuk melindungi merek-merek terkenal dan mencegah persaingan tidak sehat.
Pasal 74-78	Memberikan hak kepada pemilik merek terdaftar untuk mengajukan gugatan terhadap pihak lain yang melanggar hak mereknya. Namun, hak ini juga dibatasi agar tidak digunakan secara sewenang-wenang untuk menekan pihak lain yang mungkin tidak memiliki kesamaan merek secara signifikan.
Pasal 21 ayat (3)	Menegaskan bahwa permohonan pendaftaran merek akan ditolak apabila diajukan dengan itikad tidak baik, misalnya untuk meniru atau mendompleng reputasi pihak lain. Prinsip itikad baik menjadi faktor penting dalam menilai apakah suatu pendaftaran merek dilakukan dengan jujur atau dengan niat menekan pihak lain secara tidak adil.

Berikut penulis uraikan contoh kasus yang sesuai dengan standar yang ditetapkan UPSTO dalam mendefinisikan *trademark bullying*:

KASUS	Penegakan Hak Merek	Intimidasi/Melecehkan Merek lain	Melebihi Apa yang di Interpretasikan Hukum
-------	---------------------	----------------------------------	--

⁷ Rika Ratna Permata, dkk. Teori dan praktik: Trademark bullying di Indonesia. Cet. ke-1. Bandung, Refika aditama, 2025, hlm 17-18.

 Campus VS Distinction	Laporan Polisi Nomor 6907K/VI/2012/Res JP atas Pelanggaran Merek berdasarkan pasal 90 dan/atau pasal 91 UU Merek 2001 (pasal 100 pada UU Merek 2016)	Merek Campus kepada Merek Distinction atas penggunaan kata “Royal Campus” sebagai penghias sampul buku	Interpretasi pasal 90 dan 91 atas pelanggaran penggunaan merek yang sama pada keseluruhan atau pada pokoknya dengan merek terdaftar. Sedangkan “Royal Campus” bukanlah merek.
--	--	--	---

Tabel.2 Uraian Kasus *Trademark Bullying*

Perlu disoroti bahwa kasus yang telah diuraikan diatas disebabkan penggunaan merek “Campus” dengan barang berupa buku yang telah didaftarkan sejak 1980. Kasus ini mencerminkan pemilik merek mencoba memonopoli penggunaan istilah umum dan menggunakan kekuatan hukum untuk menekan saingan bisnisnya yang akan berakibatkan persaingan usaha yang tidak sehat.

Dalam penelitian ini, penulis akan membahas terkait keabsahan merek yang menggunakan kata umum sebagai merek dan juga merek yang tidak memiliki daya pembeda. Serta menggali lebih lanjut bagaimana korban dalam memerangi tindakan *trademark bullying* yang dilakukan oleh para pelaku.

METODE PENELITIAN

Dalam penulisan Artikel ini akan menggunakan metode penelitian dengan menggunakan pendekatan yuridis normatif yang difokuskan pada asas hukum, norma serta kaidah hukum.⁸ Dengan pengumpulan data studi kepustakaan yang menggunakan bahan Hukum Primer dan Sekunder dan menggunakan metode analisis data berupa normatif kualitatif dengan menganalisa fakta hukum dan pemeriksaan atas norma hukum yang berlaku.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penggunaan Merek dengan Kata Umum yang Tidak Memiliki Daya Pembeda Sebagai Pencetus Terjadinya *Trademark Bullying*

Undang – Undang Republik Indonesia nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU Merek) yang menjadi payung hukum perlindungan Merek pada masa kini. Perlindungan Pada pasal 3 UU Merek, menjelaskan secara gamblang bahwa yang menjadi fokus perlindungan pada UU Merek ialah setelah suatu Merek telah mendaftarkan dan terdaftar. Frasa “Terdaftar” merujuk pada terselesaikannya upaya permohonan melalui proses pemeriksaan formalitas, proses pengumuman, proses pemeriksaan substantif serta mendapatkan persetujuan menteri dengan bukti berupa diterbitkannya sertifikat.

Pendaftaran atas merek dilakukan dengan mengajukan permohonan kepada Menteri. Namun tidak semua merek dapat didaftarkan, terdapat kondisi tertentu dimana suatu merek tidak dapat didaftarkan yakni sebagaimana tertera pada pasal 20 UU Merek:

- Bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundang undangan, moralitas, agama, atau ketertiban umum;
- Sama dengan, berkaitan dengan, atau hanya menyebut barang dan/atau jasa yang dimohonkan;

⁸ Soerjono Soekanto dan Sri Mamuji, Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat, Jakarta: Rajawali Press, 2003, hlm.13.

- c. Memuat unsur yang dapat menyesatkan masyarakat tentang asal, kualitas, jenis, ukuran, macam, tujuan penggunaan barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya atau merupakan nama varietas tanaman yang dilindungi untuk barang dan/atau jasa yang sejenis;
- d. Memuat keterangan yang tidak sesuai dengan kualitas, manfaat, atau khasiat dari barang dan/atau jasa yang diproduksi;
- e. Tidak memiliki daya pembeda; dan/atau
- f. Merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum.

Proses pendaftaran ini memberikan kepastian hukum kepada pemilik, sekaligus memperkuat posisi mereka untuk menghalangi penyalahgunaan atau pelanggaran hak atas merek tersebut. Dengan adanya dasar perlindungan yang jelas, pemilik merek mampu mempertahankan reputasi dan integritas merek mereka di tengah persaingan pasar yang semakin rumit.

Pasal 16 huruf f Permenkumham 12/2021 menetapkan batasan tegas untuk mencegah adanya monopoli atas penggunaan nama atau lambang yang bersifat umum dalam pendaftaran merek. Ketentuan ini dimaksudkan untuk melindungi kepentingan publik agar istilah atau simbol yang sudah menjadi milik bersama tidak dapat dikuasai secara eksklusif oleh satu pihak. Penggunaan elemen-elemen umum sebagai merek berpotensi menimbulkan ketidakadilan karena dapat membatasi pelaku usaha lain menggunakan istilah generik yang lazim dipakai dalam kehidupan sehari-hari.⁹

Meskipun demikian, implementasi aturan ini memerlukan kejelasan mengenai kriteria apa yang termasuk sebagai nama atau lambang umum. Tanpa adanya definisi dan parameter yang terukur, perbedaan penafsiran dapat terjadi baik pada tahap pemeriksaan pendaftaran maupun ketika timbul sengketa. Kondisi ini berpotensi menimbulkan ketidakpastian hukum.¹⁰

Sebagai contoh pemberian hak eksklusif atas merek *Campus* dan *Kampus* yang menggunakan kata tunggal dan bersifat umum sehingga tidak memiliki daya pembeda menjadi sorotan apabila pemberian perlindungan yang didasari oleh asas *first to file* diberikan kepada merek yang tidak seharusnya diberikan akan memicu berbagai permasalahan. Hal ini terjadi karena Indonesia tidak mengatur secara eksplisit apa yang dimaksud dengan “Daya Pembeda”, pada UU Merek pasal 20 huruf e hanya menyatakan bahwa merek tidak dapat didaftarkan jika tidak memiliki daya pembeda.

Dalam kenyataannya para pemilik merek kerap kali menggunakan kata maupun istilah yang sudah dikenal masyarakat dan Indonesia belum memiliki pengaturan terkait sejauh apa merek dapat mengadopsi atau menggunakan kata umum yang telah dikenal oleh masyarakat, lalu kata umum seperti apa yang dapat digunakan sebagai merek yang mendapatkan perlindungan merek.¹¹

Salah satu pemicu terjadinya *Trademark Bullying* ketika pihak yang melakukan intimidasi mempersoalkan penggunaan merek yang sebenarnya mengandung unsur kata umum yang digunakan pula oleh korban. Sebagai contoh adalah ketika merek *Campus* yang melaporkan merek *Distinction* dengan Laporan Polisi Nomor 690/K/IV/2012/RES JP tanggal 6 Juni 2012 atas penggunaan kata “*Royal Campus*” oleh merek *Distinction* pada sampul buku yang dijual olehnya. Seringkali pemilik merek terlalu bersemangat atau Too Zealous yang pada akhirnya menjadi agresif dalam menegakan hak-nya sehingga membatasi batas wajar dalam penegakan hak merek miliknya. Ketika penegakan atas suatu merek terlalu berlebihan tentunya akan dicap sebagai “*Trademark Bullying*” dengan menggunakan taktik yang melibatkan klaim pelanggaran dan penyalahgunaan yang berlebihan atau overreaching.¹²

⁹ Sanjaya, A. H., & Silalahi, W. (2025). Pembatasan Hak Eksklusif terhadap Penggunaan Kata Umum dalam Sebuah Merek. *Legal Standing: Jurnal Ilmu Hukum*, 9(2), hlm 17.

¹⁰ Ibid.

¹¹ Yuliana Utama, et.al. Pelindungan Merek Berbasis Tingkat Daya Pembeda Ditinjau Dari Doktrin Dilusi Merek Di Indonesia. *Acta Diurnal Jurnal Ilmu Hukum Kenotariatan*, 5(1), 2021. 141-142

¹² Quynh La . Op.Cit. hlm 682

Apabila dikaitkan dengan posisi pelaku intimidasi, dengan telah terdaptarnya merek miliknya, khususnya merek yang menggunakan kata umum menjadi sangat agresif atas penegakan merek yang dilakukan. Hal ini dilakukan agar mereknya tidak menjadi generic selayaknya merek *Escalator*, *Aspirin* dan lainnya. Namun pada dasarnya merek yang digunakan adalah kata umum yang selanjutnya melakukan intimidasi kepada pemilik merek lain yang juga menggunakan kata umum tetapi juga menggunakan kata tambahan disamping kata umum, sebagai contoh adalah kasus Merek Campus dan Kampus yang melakukan intimidasi kepada pemilik merek lain yang menggunakan frasa Royal Campus sebagai hiasan dalam sampul buku.

Sejatinya permohonan terhadap merek yang menggunakan kata umum untuk mendapatkan hak eksklusif suatu merek maka wajib untuk ditolak. Penolakan ini tentunya bukan tanpa alasan, sebab akan dengan diterimanya merek dengan kata umum maka kata tersesbut dimonopoli dan akan membatasi kebebasan pihak lain dalam pemakaian yang diperlukan.

Pemberian perlindungan hak Merek yang dilandasi sistem pendaftar pertama atau First to File menjadi akar Trademark Bullying ini terjadi. Dimana UU Merek menegaskan bahwa penggunaan kata deskriptif tidak dapat didaftarkan. Istilah “Campus” dan “Kampus” tanpa diikuti kata lain menurut penulis tidak cukup untuk membedakan produk buku tulis milik Teguh Handjo dengan produk pihak lain. Perlu dipertimbangkan bahwa istilah “Campus” dan “Kampus” kerap kali digunakan oleh para produsen dibidang sejenis seperti produsen Alat Tulis Kerja (ATK) khususnya buku tulis untuk menjelaskan penggunaan barang tersebut mencakup pada lingkungan kampus sehingga memiliki daya pembeda yang lemah.

Di Indonesia, doktrin fair use sejatinya sudah dipergunakan dengan adanya larangan merek deskriptif dan merek generik yang tekonfigurasi pada pasal 20 huruf e UU Merek. Konsep fair use dalam konteks merek membatasi pendaftar dan pemilik merek untuk tidak menggunakan kata nama atau gambar yang bisa mengganggu kepentingan publik.¹³ Pengaturan ini dapat dilengkapi dengan konsep overreaching yang membatasi pemilik merek agar tidak menyalahgunakan hak eksklusifnya.¹⁴ Namun dalam praktiknya, banyak merek yang memiliki karakteristik pada pasal 20 huruf e dan f atau menggunakan kata deskriptif dan/atau generik serta tidak memiliki pembeda masi diterima pendaftarannya. Sehingga pengaturan terkait pendaftaran merek masih perlu dibenahi terutama pada aturan administratif mencakup pemeriksaan substantif. Salah satu kiat untuk terhindar dalam kasus trademark bullying tentunya melalui upaya preventif berupa mendaftarkan merek yang orisinal.

Upaya Pembatalan Merek dengan Kata Umum dan Tidak Memiliki Daya Pembeda pada Putusan 25K/Pdt.Sus HKI/2014 dalam Melawan *Trademark Bullying*

Upaya yang dapat dilakukan untuk melawan praktik *Trademark Bullying* bermacam-macam, salah satu yang umum adalah dengan melakukan takik *Shaming* atau dengan mempermalukan pelaku Trademark Bullying yang melakukan tuduhan tidak masuk akal. Hal ini akan berefek pada kepercayaan dari pelanggan pemilik merek yang menjadi pelaku Trademark Bullying.¹⁵

Strategi shaming berpotensi efektif karena merupakan alternatif non-litigasi yang tersedia bagi usaha kecil atau individu yang tidak memiliki akses atau dana untuk proses hukum formal. Bagi pelaku usaha kecil, menerima surat somasi atau pemberitahuan dari perusahaan besar bisa memicu perasaan rentan dan tertekan, namun strategi mempublikasikan surat itu secara terbuka baik di media sosial atau platform publik dapat menjadi senjata balasan yang kuat.¹⁶

¹³ Rika Ratna Permata, dkk. Op.Cit Hlm. 97

¹⁴ Ibid.

¹⁵ Grinvald, L. C. (2011). Shaming trademark bullies. Wis. L. Rev., hlm. 665.

¹⁶ Ibid.

Pendekatan ini mengoptimalkan kekuatan opini publik dan reputasi. Banyak pemilik merek besar peduli terhadap citra publik mereka apalagi bila mereka dihadapkan dengan stigma sebagai pelaku penindasan merek. Selain itu, jangkauan media sosial yang luas dan cepat memungkinkan kampanye shaming menyebar dengan cepat, memicu simpati publik dan bahkan boikot terhadap pemilik merek. Tentunya akibat yang diderita oleh pelaku Trademark Bullying dapat berupa kerugian moneter dan non-moneter: penjualan langsung dapat hilang akibat boikot konsumen, atau reputasi penindas secara keseluruhan dapat berkurang akibat tindakannya.¹⁷

Namun dari kasus *Campus Vs Distinction* cara melawan upaya intimidasi cukup berani dengan mengajukan gugatan pembatalan merek *Campus* dengan putusan Nomor 25 K/Pdt.Sus-HKI/2014. Upaya gugatan yang diajukan pemilik Merek *Distinction* merupakan perlawanan atas perbuatan Trademark Bullying yang tepat sasaran, sebab dengan melakukan permohonan pendaftaran merek *Royal Campus* yang sebelumnya hanya kata kiasan saja, memberikan hak untuk mengajukan gugatan pembatalan merek dengan dasar Pasal 68 ayat 1 jo. Ayat 2 dimana memberikan hak kepada pihak berkepentingan maupun pihak yang sedang mengajukan permohonan pendaftaran merek untuk mengajukan gugatan pembatalan merek terdaftar dengan alasan pada pasal 4, pasal 5, atau pasal 6 UU Merek 2001.

Gugatan ini mengabulkan sebagian gugatan pada putusan pertama nomor 29/Pdt.Sus-Merek/2013/PN.Niaga.Jkt.Pst dari pemilik merek *Distinction* yang juga sebagai pemohon pendaftaran merek *Royal Campus* dengan amar “menyatakan Merek “*Campus*” dan “*Kampus*” merupakan merek yang menggunakan kata tunggal yang telah menjadi milik umum dan tidak memiliki daya pembeda” dengan akibatnya DJKI melakukan pencoretan merek tersebut dan merek *Campus* dan *Kampus* dinyatakan batal.

Kasus ini merupakan contoh praktik Trademark Bullying dimana pemilik merek *Kampus* dan *Campus* melakukan penegakan hak mereknya melebihi batasnya, terlebih menyoroti bagaimana sistem pendaftaran dan pemberian merek di Indonesia yang masih jauh dari kata ideal, dimana sebuah kata umum tunggal yang tidak memiliki pembeda mendapatkan pengakuan sebagai sebuah Merek dan diberikan perlindungan.

Hal ini efektif dalam melawan tuntutan tidak berdasar yang dilakukan oleh pemilik merek dengan kondisi dilakukan kepada merek yang menggunakan kata umum atau deskriptif yang juga memiliki daya pembeda yang lemah. Kasus *Campus* dan *Kampus Vs Distinction* merupakan contoh yang bagus memerangi tuduhan pelanggaran merek yang tidak berdasar. Dimana pemilik merek *Campus* dan *Kampus* memilih untuk melakukan penegakan hak melalui sistem pidana, pihak *Distinction* memiliki strategi dengan mengajukan permohonan pendaftaran merek kata yang menjadi objek pelaporan oleh pihak merek *Campus* dan *Kampus*, yakni merek “*Royal Campus*” agar memiliki kewenangan untuk mengajukan gugatan pembatalan merek atas merek *Campus* dan *Kampus* sebagaimana ketentuan pada pasal 68 ayat 1 dan 2 UU Merek 2001 yang memberikan wewenang kepada Pihak yang Berkepentingan dalam artian salah satunya adalah kepada pemilik merek yang tidak terdaftar yang telah mengajukan permohonan kepada Direktorat Jenderal

Dalam penyelesaian pembatalan merek dalam rangka memerangi intimidasi yang dilakukan oleh pihak *Distinction* didasari oleh prinsip itikad baik yang memberikan perlindungan pemegang hak atas merek yang telah terdaftar. Prinsip ini dijadikan filter terhadap upaya-upaya seperti penjiplakan

¹⁷ Grinvald, L. C. Op.Cit., hlm. 676

merek, menyesarkan, maupun merek yang digunakan tidak memberikan daya pembeda dengan merek lain.¹⁸

Merek Distinction sebagai salah satu korban beruntungnya memiliki akses melawan untuk memperjuangkan haknya dengan melayangkan gugatan pembatalan atas merek Campus itu sendiri. Diketahui bahwa merek Campus juga melaporkan Merek lainnya yang menggunakan kata Campus dan Kampus dan tidak sedikit pihak berdamai dengan pelapor yakni merek Campus. Apabila kepemilikan merek Campus tersebut masih eksis maka akan berakibatkan terjadinya monopoli tidak hanya pada tanda yang dipalai untuk mereknya, melainkan pada produk yang menyebabkan merek tersebut tidak lagi memiliki daya saing.¹⁹

SIMPULAN

Penggunaan kata umum sebagai merek tanpa daya pembeda merupakan sumber utama terjadinya trademark bullying. Ketika kata generik seperti “Campus/Kampus” tetap diberi perlindungan melalui sistem first to file, pemiliknya dapat menegakkan hak secara berlebihan (overreaching) dan mengintimidasi pihak lain yang juga memakai kata umum tersebut. Lemahnya parameter mengenai “daya pembeda” dalam hukum merek Indonesia memperbesar peluang praktik ini. Kasus Campus vs Distinction menunjukkan bahwa intimidasi dapat dilawan melalui gugatan pembatalan merek. Dengan mendaftarkan merek “Royal Campus”, Distinction memperoleh legal standing untuk menggugat balik berdasarkan Pasal 68 UU Merek 2001. Hasilnya, Mahkamah Agung membatalkan merek “Campus/Kampus” karena merupakan kata umum yang tidak layak mendapat perlindungan. Putusan 25K/Pdt.Sus HKI/2014 ini membuktikan bahwa pemilik merek yang diserang dapat melawan trademark bullying secara efektif, terutama jika merek pelaku sebenarnya tidak memiliki daya pembeda dan seharusnya ditolak sejak awal. Selain itu, kasus ini menyoroti perlunya pembenahan sistem pendaftaran merek agar kata umum tidak lagi dimonopoli dan mencegah terulangnya intimidasi serupa.

REFERENSI

- Fetrya Salsabilla Hanjani, Miranda Risang Ayu Palar, & Helitha Novianty Muchtar. (2024). Penggunaan Kata Umum Dalam Pendaftaran Merek Pada Sengketa Merek STRONG Antara Hardwood Private Limited Dengan PT. Unilever Indonesia, Tbk. Berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis. *Demokrasi: Jurnal Riset Ilmu Hukum, Sosial dan Politik*.
- Kholika, R. R. (2024). ANALISA YURIDIS ASPEK ITIKAD BAIK SEBAGAI DASAR PEMBATALAN MEREK MENURUT UU NO 20 TAHUN 2016 (STUDI KASUS PUTUSAN MAHKAMAH AGUNG NOMOR 49 PK/PDT. SUS-HKI/2018). *Journal Equitable*, 9(2).
- Lindsey, Tim, et al., eds. *Hak Kekayaan Intelektual, Suatu Pengantar Edisi Kedua*. Penerbit Alumnus, 2022.
- Quynh La . *Bully No More: Why Trademark Owners Engage in Trademark Overreach and How to Prevent It*. Wash. L. Rev. 2021.
- Rahmi Jened. *Hukum merek (trademark law): dalam era global dan integrasi ekonomi*. Prenadamedia Group, 2015.

¹⁸ Kholika, R. R. (2024). ANALISA YURIDIS ASPEK ITIKAD BAIK SEBAGAI DASAR PEMBATALAN MEREK MENURUT UU NO 20 TAHUN 2016 (STUDI KASUS PUTUSAN MAHKAMAH AGUNG NOMOR 49 PK/PDT. SUS-HKI/2018). *Journal Equitable*, 9(2), hlm. 68.

¹⁹ Fetrya Salsabilla Hanjani, Miranda Risang Ayu Palar, & Helitha Novianty Muchtar. (2024). Penggunaan Kata Umum Dalam Pendaftaran Merek Pada Sengketa Merek STRONG Antara Hardwood Private Limited Dengan PT. Unilever Indonesia, Tbk. Berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis. *Demokrasi: Jurnal Riset Ilmu Hukum, Sosial dan Politik*. Hlm 29.

-
- Ranti Fauza Mayana.(2004), *Perlindungan Desain Industri di Indonesia dalam Era Perdagangan Bebas*. Grasindo, Jakarta,
- Rika Ratna Permata, dkk. *Teori dan praktik: Trademark bullying di Indonesia*. Cet. ke-1. Bandung, Refika aditama, 2025,
- Sanjaya, A. H., & Silalahi, W. (2025). Pembatasan Hak Eksklusif terhadap Penggunaan Kata Umum dalam Sebuah Merek. *Legal Standing: Jurnal Ilmu Hukum*, 9(2),
- Soerjono Soekanto dan Sri Mamuji, *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*, Jakarta: Rajawali Press, 2003
- Sudaryat, Sudjana, and Rika Ratna Permata. "Hak Kekayaan Intelektual." Bandung: Oase Media (2010).
- Suyud Margono dan Amir Angkasa. *Komersialisasi aset intelektual aspek hukum bisnis*. Gramedia Widiasarana Indonesia, 2002,
- Yuliana Utama, et.al. *Pelindungan Merek Berbasis Tingkat Daya Pembeda Ditinjau Dari Doktrin Dilusi Merek Di Indonesia*. *Acta Diurnal Jurnal Ilmu Hukum Kenotariatan*, 5(1), 2021.