



Asas Itikad Baik sebagai Dasar Hukum Pembatalan Merek: Studi Kasus Minyak Kutus Kutus

Ni Ketut Putri Pradnya Swari

Fakultas Hukum dan Ilmu Sosial, Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja, Indonesia

*Penulis Korespondensi: putri.pradnya@student.undiksha.ac.id

Abstract. *The principle of good faith constitutes a fundamental element within Indonesia's trademark law system, particularly in processes ranging from trademark registration to the cancellation of registered marks. This study examines the role of the good faith principle as a primary legal foundation for trademark annulment, using the dispute over the Minyak Kutus Kutus trademark as a case study. The conflict emerged when the trademark was registered by an individual who was not the original creator, leading to legal disputes and judicial examination. This research adopts a normative juridical method by analyzing various legal sources, including statutory regulations, court decisions, and relevant legal doctrines. The findings indicate that the principle of good faith is not merely an ethical norm but also functions as an important legal instrument to protect the legitimate rights of original trademark owners from attempts of unlawful control through bad-faith registration. Furthermore, the court's decision in the Kutus Kutus case demonstrates the crucial role of enforcing the good faith principle in maintaining legal certainty while ensuring protection for fair and honest business actors in Indonesia's trademark system.*

Keywords: *Good Faith; Kutus-Kutus; Legal Protection; Trademark Cancellation; Trademark Dispute.*

Abstrak. Prinsip itikad baik merupakan elemen fundamental dalam sistem hukum merek dagang Indonesia, khususnya dalam proses mulai dari pendaftaran merek dagang hingga pembatalan merek dagang terdaftar. Studi ini meneliti peran prinsip itikad baik sebagai landasan hukum utama untuk pembatalan merek dagang, dengan menggunakan sengketa merek dagang Minyak Kutus Kutus sebagai studi kasus. Konflik muncul ketika merek dagang tersebut didaftarkan oleh individu yang bukan pencipta aslinya, yang menyebabkan sengketa hukum dan pemeriksaan yudisial. Penelitian ini mengadopsi metode yuridis normatif dengan menganalisis berbagai sumber hukum, termasuk peraturan perundang-undangan, putusan pengadilan, dan doktrin hukum yang relevan. Temuan menunjukkan bahwa prinsip itikad baik bukan hanya norma etika tetapi juga berfungsi sebagai instrumen hukum penting untuk melindungi hak-hak sah pemilik merek dagang asli dari upaya pengendalian yang tidak sah melalui pendaftaran dengan itikad buruk. Lebih lanjut, putusan pengadilan dalam kasus Kutus Kutus menunjukkan peran penting penegakan prinsip itikad baik dalam menjaga kepastian hukum sekaligus memastikan perlindungan bagi pelaku bisnis yang adil dan jujur dalam sistem merek dagang Indonesia.

Kata Kunci: Itikad Baik; Kutus-Kutus; Pembatalan Merek Dagang; Perlindungan Hukum; Sengketa Merek Dagang.

1. LATAR BELAKANG

Dalam aktivitas perdagangan modern, merek menempati posisi yang sangat penting sebagai salah satu elemen utama dalam persaingan usaha (Fajar & Nurhayati 2018). Merek dipahami sebagai tanda yang dapat dituangkan secara grafis, baik berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, bentuk dua maupun tiga dimensi, termasuk suara dan hologram, ataupun kombinasi dari beberapa unsur tersebut sebagai pembeda produk (Bong & Nurbaiti 2024). Tujuan pokok penggunaan merek adalah memberikan identitas yang membedakan barang dan/atau jasa yang dihasilkan oleh orang perseorangan maupun badan hukum dalam lalu lintas perdagangan (Bong & Nurbaiti 2024). Merek berfungsi sebagai penanda yang membedakan satu produk atau layanan dari produk atau layanan lainnya di pasar (Prasomya & Santoso 2022). Melalui merek, konsumen lebih mudah mengenali asal, mutu, dan reputasi suatu produk sehingga merek memiliki

nilai strategis bagi pelaku usaha dan konsumen. Bagi produsen, merek tidak hanya berperan sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai aset ekonomi yang dapat membangun loyalitas konsumen dan meningkatkan daya saing (SIP Law Firm 2022). Bahkan, nilai jual suatu produk dalam praktik sering kali dipengaruhi oleh kekuatan merek dibandingkan semata-mata oleh kualitas intrinsiknya. Merek membantu produsen membedakan produknya dan memudahkan konsumen menemukan barang atau jasa yang diinginkan di tengah banyaknya pilihan di pasar. Dalam kerangka itu, merek juga berfungsi sebagai jaminan nilai ekonomis dan konsistensi kualitas atas barang atau jasa yang ditawarkan.

Karena termasuk dalam hak kekayaan intelektual, merek harus mendapatkan perlindungan hukum yang memadai mengingat kemampuannya menghasilkan keuntungan ekonomi bagi pemegang hak. Merek berperan sebagai identitas produk yang menunjukkan perbedaan kualitas maupun karakteristik jika dibandingkan dengan produk lain sejenis. Dalam praktik perdagangan, merek lazim dipahami memiliki fungsi sebagai product identity, sarana promosi dagang, jaminan kualitas, sekaligus indikator asal barang (Hariyani 2015). Dalam konteks perlindungan merek di Indonesia, seluruh fungsi strategis tersebut memperlihatkan bahwa merek tidak sekadar berperan sebagai tanda pembeda, tetapi juga sebagai instrumen penting dalam kelancaran aktivitas perdagangan dan perlindungan konsumen (Bong & Nurbaiti 2024). Pertama, sebagai identitas produk, merek menjadi tanda yang melekat pada barang atau jasa tertentu sehingga memudahkan konsumen mengenali dan membedakannya dari produk sejenis di pasar (Hariyani 2015). Identitas tersebut dapat diwujudkan melalui logo, desain kemasan, bentuk visual, atau kombinasi unsur grafis lain yang menjadi ciri khas produk.

Kedua, merek berfungsi sebagai sarana promosi dagang, karena menjadi alat yang efektif untuk membangun citra dan mengkomunikasikan keunggulan produk kepada masyarakat (Hariyani 2015). Merek yang telah dikenal luas cenderung mempermudah produsen dalam membangun dan mempertahankan loyalitas konsumen. Melalui strategi promosi yang konsisten, merek membantu memperkuat posisi pasar suatu produk dan menjadi daya tarik tersendiri dalam keputusan pembelian. Lebih jauh, merek juga berperan sebagai jaminan kualitas karena konsumen pada umumnya mengasosiasikan merek tertentu dengan standar mutu yang relatif tetap. Ketika konsumen melihat suatu merek, timbul keyakinan bahwa produk atau jasa tersebut memenuhi ekspektasi kualitas yang sebelumnya telah terbentuk. Dengan demikian, merek menjadi simbol kepercayaan yang memperkuat hubungan antara produsen dan konsumen. Citra kualitas yang melekat pada merek berpengaruh besar terhadap preferensi dan keputusan pembelian konsumen di pasar.

Ketiga, dalam fungsinya sebagai penunjuk asal-usul, merek memberikan informasi mengenai sumber barang atau jasa, baik terkait perusahaan, produsen, maupun wilayah geografis tertentu (Implementation of Legal Protection 2020). Contoh merek yang sekaligus menunjukkan asal geografis adalah label seperti “Kopi Toraja” atau “Batik Pekalongan” yang mengandung muatan reputasi daerah di mata konsumen (Hariyani 2015). Merek sebagai bagian dari hak kekayaan intelektual memiliki kedudukan strategis dan memerlukan perlindungan hukum yang serius agar dapat memberikan kepastian bagi pelaku usaha (Bong & Nurbaiti 2024). Saat ini, perlindungan hukum atas merek di Indonesia pada prinsipnya hanya diperoleh melalui mekanisme pendaftaran (Bong & Nurbaiti 2024). Oleh sebab itu, pemilik merek wajib mengajukan permohonan pendaftaran ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual agar memperoleh pengakuan dan perlindungan hukum yang sah (Prasomya & Santoso 2022). Dalam praktik bisnis, pelanggaran hak atas merek masih sering dijumpai akibat perilaku usaha yang tidak jujur (Humaniorum 2025). Persaingan yang semakin ketat dan orientasi pada keuntungan jangka pendek kerap memicu tindakan yang menyimpang maupun melanggar ketentuan hukum terkait merek (Prasomya & Santoso 2022).

Dorongan untuk memperoleh keuntungan secara cepat sering kali menjadi latar belakang pelanggaran merek, misalnya melalui peniruan atau pembajakan merek terkenal (Humaniorum 2025). Dalam praktik, implementasi norma mengenai hak atas merek tidak selalu berjalan sebagaimana idealnya ditentukan dalam peraturan perundang-undangan (Bong & Nurbaiti 2024). Di Indonesia, terdapat banyak contoh merek terkenal yang dijadikan sasaran peniruan oleh pihak-pihak yang beritikad tidak baik (Humaniorum 2025). Asas itikad baik merupakan salah satu prinsip fundamental dalam hukum yang menuntut setiap pihak untuk menjunjung kejujuran, kesetiaan, dan kewajaran dalam bertindak, termasuk dalam hubungan bisnis (Uçaryılmaz 2020). Dalam konteks merek, pihak-pihak tertentu kerap meniru merek asing yang sudah mapan untuk kemudian memasarkan produk tiruan tersebut dan meraup keuntungan tanpa investasi reputasi yang sepadan (Humaniorum 2025). Akibatnya, pemilik merek yang sah menanggung kerugian ekonomi dan reputasi akibat tindakan pihak lain yang tidak bertanggung jawab. Negara karena itu berkewajiban menyediakan perlindungan hukum yang efektif terhadap hak atas merek guna mencegah kerugian tersebut (Bong & Nurbaiti 2024). Perhatian terhadap perlindungan merek seharusnya menjadi tanggung jawab bersama untuk menciptakan iklim usaha yang sehat dan berkeadilan (Humaniorum 2025). Perlindungan yang memadai juga penting untuk mendorong kreativitas, inovasi, dan pembangunan ekonomi berbasis pengetahuan serta penguasaan teknologi.

Salah satu bentuk pelanggaran yang kerap terjadi adalah penggunaan atau peniruan merek terkenal tanpa izin dengan tujuan mempermudah pemasaran dan mendapatkan keuntungan instan

(Prasomya & Santoso 2022). Tindakan demikian tidak hanya merugikan produsen pemilik merek asli, tetapi juga berpotensi menyesatkan konsumen mengenai kualitas dan asal produk. Merek berada pada rezim hak kekayaan intelektual yang setara kedudukannya dengan hak cipta, paten, dan bentuk kekayaan intelektual lainnya. Definisi merek dalam hukum positif Indonesia menyebutkan bahwa merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis, baik berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dua atau tiga dimensi, suara, hologram, maupun gabungan unsurnya, yang berfungsi membedakan barang dan/atau jasa dalam perdagangan. Tujuan utama merek ialah menjamin adanya pembeda yang jelas antara produk satu pelaku usaha dengan produk pelaku lainnya. Setiap pemilik merek yang tercatat dalam Daftar Umum Merek berhak atas hak eksklusif yang diberikan negara terhadap merek tersebut (Prasomya & Santoso 2022). Dengan hak eksklusif ini, pemilik merek mendapatkan perlindungan hukum sehingga dapat menjalankan dan mengembangkan usahanya tanpa rasa khawatir bahwa mereknya akan diklaim atau disalahgunakan oleh pihak lain.

Ketika suatu merek telah dikenal luas oleh masyarakat, kondisi tersebut kerap memunculkan pesaing yang bertindak tanpa itikad baik dengan melakukan peniruan, pemalsuan, atau pembajakan merek demi keuntungan cepat. Secara prinsip, suatu merek tidak layak didaftarkan apabila permohonan diajukan oleh pihak yang tidak beritikad baik (Prasomya & Santoso 2022). Pemohon yang beritikad baik adalah pihak yang mengajukan pendaftaran secara jujur dan wajar tanpa niat meniru atau mengeksploitasi ketenaran merek pihak lain untuk kepentingannya. Tindakan pendaftaran merek tersebut juga tidak boleh merugikan pihak lain, menimbulkan persaingan usaha tidak sehat, ataupun menyesatkan konsumen (Prasomya & Santoso 2022). Undang-Undang Merek Indonesia secara tegas mengatur asas itikad baik sebagai syarat substantif dalam permohonan pendaftaran merek guna mencegah praktik curang. Sengketa mengenai pendaftaran merek tanpa itikad baik telah berulang kali muncul, antara lain dalam perkara merek Lexus, Kit-Kat, Giordano, dan Kutus Kutus yang mendapat perhatian luas.

Dalam sengketa merek minyak Kutus Kutus, Bambang Pranoto mengklaim sebagai pihak yang pertama meracik dan menciptakan minyak herbal tersebut (Associe 2025). Namun tanpa persetujuannya, Fazlie Hasniel Sugiharto, anak tirinya, terlebih dahulu mendaftarkan merek “Tamba Waras Bali Kutus Kutus” ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual pada akhir 2014. Ketegangan meningkat ketika Bambang mengetahui bahwa Fazli mengambil keputusan perusahaan tanpa persetujuannya sebagai Komisaris PT Kutus Kutus Herbal. Kondisi ini kemudian berujung pada pemberhentian Fazli dari jabatannya sebagai Direktur perseroan. Gugatan pembatalan merek Kutus Kutus yang diajukan Bambang ke Pengadilan Niaga Surabaya menarik perhatian publik karena melibatkan konflik dalam satu lingkup keluarga. Di sisi lain, Fazli sebagai

pemilik merek terdaftar berpendapat bahwa gugatan tersebut telah melampaui batas waktu lima tahun yang ditentukan dalam ketentuan undang-undang merek. Namun, berdasarkan pengaturan mengenai pembatalan merek, gugatan tetap dimungkinkan sepanjang dapat dibuktikan bahwa pendaftaran dilakukan tanpa itikad baik (Prasomya & Santoso 2022). Dalam perkara tersebut, Bambang berkeyakinan bahwa pendaftaran merek oleh Fazli dilakukan tanpa sepengetahuannya dan bertentangan dengan asas kejujuran yang sewajarnya dijunjung dalam pendaftaran merek.

Persoalan utama yang sering muncul adalah bagaimana menilai dan membuktikan adanya itikad tidak baik dalam prosedur pendaftaran merek. Unsur niat atau motif pendaftar sulit dibuktikan secara langsung sehingga memerlukan penilaian atas berbagai faktor, seperti bukti penggunaan merek sebelumnya, hubungan hukum maupun faktual antara para pihak, serta fakta konkret di lapangan (Prasomya & Santoso 2022). Oleh karena itu, peran pengadilan menjadi sangat penting untuk menafsirkan dan menegakkan asas itikad baik agar tidak disalahgunakan bagi kepentingan yang merugikan pihak lain (Uçaryılmaz 2020). Artikel ini bertujuan mengkaji secara mendalam penerapan asas itikad baik sebagai dasar hukum pembatalan merek di Indonesia dengan menitikberatkan pada studi kasus Kutus Kutus (Bong & Nurbaiti 2024). Penelitian ini diharapkan dapat memperkuat konseptualisasi asas itikad baik dalam sistem hukum merek nasional dan memberikan rekomendasi bagi praktik perlindungan merek di masa mendatang.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif, yaitu metode studi hukum yang berfokus pada pemeriksaan norma-norma hukum tertulis seperti undang-undang, yurisprudensi pengadilan, serta doktrin hukum yang berkembang khususnya di ranah kekayaan intelektual dan hukum merek (Soekanto dan Mamudji 2020). Pemilihan pendekatan ini bertujuan untuk menggali regulasi asas itikad baik dalam kerangka hukum merek Indonesia, beserta realisasinya pada kasus perselisihan pembatalan merek Minyak Kutus Kutus (Soekanto 2015).

Sumber data penelitian terdiri dari bahan hukum primer dan sekunder. Bahan primer mencakup Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, putusan hakim terkait, serta regulasi terkait lainnya (Mamudji 2020). Sementara bahan sekunder meliputi literatur hukum, jurnal ilmiah, dan opini ahli di bidang kekayaan intelektual.

Data yang terkumpul diolah melalui analisis deskriptif-kualitatif, yakni dengan menjelaskan serta mengkritisi ketentuan hukum yang relevan, kemudian menyimpulkan secara logis-argumentatif untuk menjawab rumusan masalah penelitian.

3. PEMBAHASAN

Pengaturan asas itikad baik dalam hukum merek di Indonesia menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016

Praktik perilaku yang mencerminkan itikad tidak baik memperoleh perhatian luas di hampir semua bidang hukum, di mana absennya itikad baik sering dijadikan fondasi untuk menimbulkan pertanggungjawaban hukum secara material maupun sebagai dasar sanksi spesifik seperti ganti rugi bersifat punitive atau reimbursement biaya litigasi (Fajar dkk. 2018). Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang mengelola sektor tersebut diundangkan pada 25 November 2016, tercantum dalam Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 252 beserta penjelasannya pada Tambahan Lembaran Negara Nomor 5953 pada tanggal yang serupa (Prasomya & Santoso 2022). Undang-undang ini merupakan penyempurnaan dari undang-undang merek sebelumnya tahun 2001, dengan tambahan substansi baru termasuk pengaturan indikasi geografis serta perluasan cakupan perlindungan merek.

Salah satu perluasan tersebut diwujudkan dalam Pasal 1 ayat (1) yang mendefinisikan merek sebagai tanda yang dapat divisualisasikan secara grafis, meliputi gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, bentuk dua atau tiga dimensi, suara, hologram, atau gabungan unsur-unsurnya, yang bertugas membedakan barang dan/atau jasa hasil usaha individu maupun badan hukum dalam perdagangan (Fajar dkk. 2018). Selain memasukkan ketentuan indikasi geografis, undang-undang ini juga memperluas jenis merek yang dilindungi. Berbeda dari regulasi lama yang terbatas pada merek konvensional seperti gambar, nama, kata, huruf, angka, atau logo dua dimensi, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 kini mencakup perlindungan terhadap merek tiga dimensi, suara, serta hologram.

Interpretasi batas dan aplikasi prinsip itikad baik telah menjadi topik diskusi panjang di kalangan peradilan selama lebih dari dua dekade. Di Indonesia, regulasi prinsip itikad baik telah dimulai sejak Undang-Undang Merek 1992, dilanjutkan dengan Undang-Undang Merek 2001, dan disempurnakan melalui Undang-Undang Merek 2016 (Fajar dkk. 2018). Ketiga undang-undang tersebut menguraikan konsep itikad tidak baik dalam pendaftaran merek, yaitu tindakan pemohon yang diduga tidak jujur atau tidak pantas dengan maksud meniru, menjiplak, atau memanfaatkan merek orang lain demi kepentingan bisnisnya sendiri, yang berpotensi menciptakan persaingan tidak sehat serta membingungkan atau menyesatkan konsumen (Prasomya & Santoso 2022).

Konsep itikad tidak baik pada permohonan pendaftaran merek mengacu pada situasi di mana pemohon menyimpan niat tersembunyi yang bertentangan dengan norma kejujuran bisnis. Penilaian itikad buruk lebih menekankan aspek subjektif berupa niat pemohon daripada sekadar fakta objektif yang terlihat (Davis & Żelechowski 2023). Pemahaman konsep itikad tidak baik juga

tercermin dalam berbagai putusan pengadilan, seperti Putusan No. 1269 L/Pdt/1984 tanggal 15 Januari 1986, Putusan No. 220 PK/Perd/1981 tanggal 16 Desember 1986, serta Putusan No. 1272 K/Pdt/1984 tanggal 15 Januari 1987. Dalam putusan-putusan tersebut, Mahkamah Agung menyatakan bahwa pemilik merek dianggap bertindak itikad tidak baik jika menggunakan merek yang secara prinsip sama atau secara keseluruhan identik dengan merek pihak lain (Fajar dkk. 2018).

Secara umum, itikad tidak baik merangkum tindakan berunsur penipuan, serangkaian perbuatan yang menyesatkan, serta kelakuan yang sengaja mengabaikan kewajiban hukum guna keuntungan pribadi. Selain itu, itikad tidak baik juga diartikan sebagai sikap yang disadari untuk mencapai tujuan tidak jujur. Sebagaimana dijelaskan dalam Black's Law Dictionary, *bad faith* adalah antitesis dari *good faith*, yang biasanya melibatkan penipuan nyata atau tersirat, niat menipu atau menyesatkan, termasuk pengabaian kewajiban hukum atau kontraktual bukan karena kesalahan tulus, melainkan motif egois atau niat jahat (Garner 2019).

Ketentuan itikad baik diatur dalam Pasal 21 ayat (3) yang menyatakan: "Permohonan ditolak jika diajukan oleh pemohon yang beritikad tidak baik." Lebih lanjut, Pasal 76 memungkinkan gugatan pembatalan merek berdasarkan alasan Pasal 20 dan/atau Pasal 21 terkait merek yang boleh atau ditolak. Secara prinsip, gugatan pembatalan dapat diajukan dalam rentang lima tahun sejak pendaftaran merek. Namun, jika pendaftaran melibatkan itikad tidak baik dan/atau bertentangan dengan ideologi negara, perundang-undangan, norma moral, agama, kesusilaan, atau ketertiban umum, maka gugatan pembatalan dapat diajukan tanpa batas waktu. Pengajuan gugatan pembatalan merek yang mengandung itikad tidak baik dan/atau bertentangan dengan ideologi negara, perundang-undangan, norma moral, agama, kesusilaan, maupun ketertiban umum, diperbolehkan tanpa batasan waktu sesuai Pasal 77 ayat (2) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis tidak merinci secara rinci prosedur pendaftaran merek beritikad baik. Undang-undang tersebut hanya mengatur syarat dan prosedur pengajuan sebagaimana Pasal 4 ayat (2) jo. PerMenKumham Nomor 67 Tahun 2016 Pasal 3 ayat (2), baik secara non-elektronik maupun elektronik (Prasomya & Santoso 2022). Bersamaan dengan evolusi prinsip itikad baik dalam hukum merek, ketentuan tersebut telah dirumuskan secara eksplisit dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, khususnya Pasal 21 ayat (3) yang menyatakan permohonan ditolak jika diajukan oleh pemohon beritikad tidak baik beserta penjelasannya, serta Pasal 77 ayat (2) mengenai gugatan pembatalan tanpa batas waktu akibat itikad tidak baik. Dengan adanya kesempatan gugatan tanpa batas waktu, pihak penggugat dapat menuntut pembatalan kapan saja jika terbukti

adanya pelanggaran hak merek dengan unsur itikad tidak baik, sehingga pengawasan terhadap pendaftaran merek menjadi lebih ketat.

Penerapan asas itikad baik sebagai dasar hukum dalam gugatan pembatalan merek pada sengketa minyak Kutus Kutus

Bambang Pranoto dikenal luas sebagai penggagas utama produk Minyak "Tamba Waras Bali Kutus Kutus", yang mulai diproduksi sejak 2011 melalui PT Kutus Kutus Herbal (Sembiring 2025). Namun, perjalanan merek ini dihantui perselisihan internal. Konflik timbul ketika ternyata pendaftaran merek dilakukan atas nama Fazli Hasniel Sugiharto, anak tirinya, pada tahun 2014, padahal perusahaan baru resmi berdiri pada 2019. Akar masalahnya adalah ketegangan antara Bambang dan Fazli soal hak kepemilikan dan registrasi merek tersebut.

Bambang mengklaim dirinya sebagai pencipta dan peracik pertama minyak herbal itu. Tanpa sepengetahuannya, Fazli mendahului dengan mengajukan pendaftaran merek "Tamba Waras Bali Kutus Kutus" ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) akhir 2014 (Sembiring 2025). Ketegangan meningkat saat Bambang mengetahui Fazli mengambil keputusan perusahaan sepihak tanpa restuinya sebagai Komisaris PT Kutus Kutus Herbal, yang akhirnya menyebabkan pemecatan Fazli dari posisi Direktur. Perselisihan ini lantas memasuki ranah peradilan, terutama menjelang perpanjangan merek pada 2024. Fazli tidak hanya memperpanjang registrasi atas namanya, tetapi juga memperluas ke kelas barang lain seperti kelas 3 (sabun mandi), kelas 5 (obat herbal), dan kelas 35 (jasa perdagangan), sehingga total tiga kelas berbeda (Prasomya & Santoso 2022).

Fazli pernah mengusulkan pengalihan hak merek kepada Bambang, tapi dengan syarat kompensasi Rp50 miliar. Bambang kemudian menggugat pembatalan merek di Pengadilan Niaga Surabaya, kasus yang menarik perhatian karena sifatnya sengketa keluarga (KASS Asia 2026). Fazli membantah dengan alasan gugatan melewati batas waktu lima tahun sesuai Undang-Undang Merek. Namun, merujuk Pasal 77 ayat (2) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, pembatalan bisa diajukan tanpa batas waktu jika terbukti pendaftaran dilakukan tanpa itikad baik (Parwanto 2025). Bambang yakin tindakan Fazli melanggar prinsip kejujuran dalam registrasi merek (Sembiring 2025).

Perkara terdaftar sebagai Nomor 9/Pdt.Sus-HKI/Merek/2024/PN Niaga Surabaya, dengan Bambang Pranoto sebagai Penggugat (pencipta minyak) melawan Fazli sebagai Tergugat (Prasomya & Santoso 2022). Pasal 77 ayat (1) membatasi gugatan lima tahun sejak pendaftaran, tapi ayat (2) mengecualikan jika ada itikad tidak baik (DGIP 2024). Kuasa hukum Fazli, Ichwan, bersikukuh gugatan kedaluwarsa dan pendaftaran dilakukan dengan good faith, menolak tuduhan itikad buruk (Parwanto 2025). Pada sidang 11 Februari 2025, Prof. Dr. Henry Soelistyo Budi, S.H.,

LL.M, tampil sebagai saksi ahli HKI yang ikut menyusun UU Merek 1992, 2001, dan 2016. Beliau mengonfirmasi legal standing Bambang untuk gugat pembatalan karena dugaan itikad tidak baik Fazli, melewati batas waktu Pasal 77 ayat (1) (Budi 2025).

Reformasi hukum merek Indonesia menargetkan praktik pendaftaran tidak sah seperti trademark copying era UU No. 21/1961 yang menganut first to use, memungkinkan pendaftaran merek asing. Hal ini merugikan mitra dagang Eropa dan citra Indonesia. Prof. Henry menjelaskan reformasi: pertama, beralih ke first to file untuk kepastian hak bagi pendaftar pertama resmi (Budi 2025). Kedua, wajib asas itikad baik agar pemohon jujur tanpa niat meniru atau mendompleng merek lain. Ketiga, kewajiban declaration of ownership sebagai pernyataan kepemilikan sah, dengan sanksi pidana Pasal 242 dan 263 KUHP jika palsu (Parwanto 2025). Pernyataan ini bukan formalitas, tapi bukti itikad baik untuk cegah sengketa.

Prof. Henry menyoroti kasus bisnis keluarga sering abaikan profesionalisme, seperti pendaftaran atas nama pribadi tanpa persetujuan. Pasal 7 UU Merek mewajibkan persetujuan tertulis semua pemilik untuk merek bersama (DGIP 2024). Tanpa itu, pendaftaran cacat hukum. Fokus kasus adalah "double princip" atau klaim ganda kepemilikan sepihak, yang jadi bukti itikad tidak baik dan keterangan palsu (Sembiring 2025). *Declaration of ownership* wajib jamin keabsahan, tapi jika bohong, menyesatkan otoritas dan ciptakan persaingan tidak sehat (Novelin & Yogantara 2022). Kasus ini mirip *trademark squatting*, di mana pihak daftarkan merek orang lain untuk untung via kompensasi atau negosiasi paksa. *Squatting* target merek asing belum terdaftar (teritorial) atau domestik belum resmi, sering ancam gugat jika tolak beli (Aidi & Justitia 2016).

Di usaha keluarga, squatting muncul saat satu pihak klaim diam-diam tanpa persetujuan (Novelin & Yogantara 2022). Relevan juga *passing off*, peniruan tanda/kemasan mirip untuk untung dengan tipu konsumen, ciptakan persaingan tidak sehat dan rugikan reputasi (Sujatmiko 2018). Pendaftaran cacat seperti ini jadi dasar kuat pembatalan demi keadilan HKI (Parwanto 2025). Filosofi UU Merek jamin hak sah, cegah klaim sepihak di usaha bersama/keluarga; tanpa persetujuan, cacat dan bisa dibatalkan (Budi 2025). Banyak perusahaan keluarga lemah GCG, picu sengketa via pendaftaran pribadi tanpa hak sah (Sembiring 2025). Diamnya karyawan saat perusahaan pakai merek tanpa royalti tunjuk sadar bukan milik pribadi, jadi indikasi itikad buruk (Budi 2025).

Pengadilan Niaga Surabaya putusan mengabulkan gugatan Bambang dan PT Kutus Kutus Herbal lawan Fazli: tolak eksepsi DJKI, konfirmasi Bambang first to use, Fazli daftar tanpa itikad baik untuk tiga merek (IDM000565819 kelas 5/2014, IDM001197078 kelas 35/2023, IDM001180838 kelas 3/2023) (Parwanto 2025). Pengadilan memerintahkan pembatalan seluruh pendaftaran merek, pencoretan sertifikat oleh DJKI, dan pengumuman di Berita Resmi Merek

setelah putusan berkekuatan hukum tetap. Fazli diwajibkan membayar biaya perkara Rp621.000, dengan pemberitahuan putusan kepada para penggugat dilakukan pada 21 April 2025. Meskipun demikian, perkara belum berkekuatan hukum tetap karena Fazli mengajukan kasasi ke Mahkamah Agung untuk menentang putusan yang dianggap merugikannya. Status merek masih proses, tunggu putusan MA untuk eksekusi pembatalan. Dinamika ini gambarkan penyelesaian sengketa HKI Indonesia soal itikad baik di usaha keluarga, beri ruang banding demi kepastian hukum dan keadilan.

4. PENUTUP

Kesimpulan

Dari analisis di atas, terlihat bahwa prinsip itikad baik memiliki kedudukan strategis dalam sistem hukum merek Indonesia, sebagaimana diatur secara tegas dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Prinsip ini menjadi tolok ukur pokok untuk menilai keabsahan pengajuan registrasi merek, sekaligus dasar utama dalam penyelesaian gugatan pembatalan merek.

Pengajuan registrasi yang melanggar itikad baik seperti melalui penjiplakan, pengimitasian, atau eksploitasi popularitas merek pihak lain tidak hanya berujung pada penolakan, tetapi juga membuka peluang pembatalan tanpa batasan waktu berdasarkan Pasal 77 ayat (2) undang-undang tersebut. Kasus perselisihan merek Tamba Waras Kutus Kutus antara Bambang Pranoto dan PT Kutus Kutus Herbal melawan Fazli Hasniel Sugiharto menjadi ilustrasi konkret. Putusan Pengadilan Niaga Surabaya yang mengabulkan gugatan pembatalan sepenuhnya berpijak pada bukti pendaftaran tanpa itikad baik, menegaskan bahwa registrasi tanpa hak kepemilikan sah, persetujuan pemilik berhak, atau dengan niat mendompleng reputasi orang lain jelas melanggar hukum dan layak dibatalkan.

Keputusan tingkat pertama ini membuktikan bahwa asas itikad baik jauh melampaui norma moral belaka, melainkan memiliki kekuatan hukum mengikat untuk menjaga kredibilitas perlindungan merek. Walau demikian, perkara belum final karena tergugat mengajukan kasasi ke Mahkamah Agung, mencerminkan proses peradilan bertahap yang memberi ruang pembelaan hak sesuai prosedur hukum. Kasus ini menjadi pengingat krusial soal urgensi manajemen usaha profesional dan kepatuhan hukum gunaantisipasi praktik *trademark squatting*, *passing off*, atau pendaftaran tidak jujur.

Pada intinya, kasus tersebut memperkuat posisi asas itikad baik sebagai alat hukum vital untuk mewujudkan keadilan, kepastian hukum, dan ekosistem bisnis yang bersih di Indonesia, sekaligus mencegah kerugian bagi pemegang hak sah akibat perilaku tidak etis.

Saran

Berdasarkan temuan analisis dan simpulan yang telah diuraikan, berikut disusun sejumlah saran praktis guna memperkuat perlindungan hukum merek dan mengantisipasi konflik serupa ke depan. (1) Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) perlu mengintensifkan pengawasan permohonan pendaftaran merek dengan pendekatan itikad baik yang lebih teliti. Langkah konkretnya meliputi penambahan tahap validasi faktual terhadap dokumen dan pernyataan kepemilikan, sehingga dapat diverifikasi keabsahan klaim pemohon sejak awal proses. (2) Sosialisasi hukum yang masif harus digencarkan kepada pelaku usaha, khususnya usaha keluarga dan UMKM, tentang esensi pendaftaran merek yang sah, profesional, serta berlandaskan persetujuan semua pihak berhak. Upaya ini bertujuan meminimalkan risiko pendaftaran sepihak yang rentan memicu sengketa masa depan. (3) Disarankan studi mendalam mengenai efektivitas asas itikad baik dalam putusan pengadilan niaga Indonesia, termasuk evaluasi konsistensi penerapannya pada berbagai kasus. Hasilnya dapat menghasilkan rekomendasi kebijakan empiris untuk menyempurnakan regulasi dan praktik penegakan hukum, terutama menghadapi trademark squatting dan passing off di era global. (4) Perlu direvitalisasi kebijakan melalui amandemen Peraturan Menteri Hukum dan HAM tentang pendaftaran merek, dengan penguatan fungsi *declaration of ownership* sebagai instrumen verifikasi substantif. Reformasi ini akan meneguhkan prinsip kejujuran, kepastian hukum, dan keadilan perlindungan bagi semua pemangku kepentingan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aidi, & Justitia. (2016). Trademark squatting dalam usaha keluarga. *Jurnal Hukum Tertentu*.
- Bong, F. P., & Nurbaiti, S. (2024). Asas itikad baik dalam pembatalan merek terkenal CheongKwanJang. *Jurnal Hukum*, 2(1), 22–30. Fakultas Hukum Universitas Trisakti.
- Davis, J., & Żelechowski, Ł. (2023). Bad faith, public policy and morality: How open concepts shape trade mark protection. *International Review of Intellectual Property and Competition Law*, 54, 859–890. <https://doi.org/10.1007/s40319-023-01350-7>
- Fajar, N. D., Nurhayati, Y., & Ifrani. (2018). Itikad tidak baik dalam pendaftaran dan model penegakan hukum merek di Indonesia. *Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM*, 25(2), 219–236. <https://doi.org/10.20885/iustum.vol25.iss2.art1>
- Garner, B. A. (2019). *Black's law dictionary* (11th ed.). Thomson Reuters.
- Hariyani, I. (2010). Sarana promosi dagang, jaminan mutu, dan penunjukan asal barang. *ADMISI & BISNIS*.
- Lumopa, F., Suherman, & Haryanto, I. (2018). Itikad baik dalam pendaftaran merek terkenal di Indonesia. *Jurnal Yuridis*, 5(2), 277–293. <https://doi.org/10.35586/v5i2.772>
- Marpaung, D. B. K. (2017). Penerapan asas itikad baik dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek sebagai upaya perlindungan hukum terhadap merek terkenal

- (Studi kasus Putusan Nomor 557 K/Pdt.Sus-HKI/2015 dan Putusan Nomor 264 K/Pdt.Sus-HKI/2015). *Jurnal Mitra Pembangunan Hukum*, 175–188.
- Novelin, & Yogantara. (2022). Perlindungan hukum terhadap merek terdaftar akibat tindakan trademark squatting di Indonesia. *Jurnal Magister Hukum Udayana*, 11(1), 172–188.
- Pozen, D. E. (2016). Constitutional bad faith. *Harvard Law Review*, 129(4), 885–954.
- Prasomya, D. A., & Santoso, B. (2022). Tinjauan yuridis pembatalan merek dagang terkait prinsip itikad baik dalam sistem pendaftaran merek. *Notarius*, 15(2), 660–668. <https://doi.org/10.14710/nts.v15i2.27522>
- Sourdin, T. (2012). Good faith, bad faith? Making an effort in dispute resolution. *DICTUM – Victoria Law School Journal*, 2(1), 19–23. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2721535>
- Sujatmiko, A. (2010). Prinsip hukum penyelesaian pelanggaran passing off dalam hukum merek. *Yuridika*, 25(1), 51–69. <https://doi.org/10.20473/ydk.v25i1.183>
- Uçaryılmaz, T. (2020). The principle of good faith in public international law. *Estudios de Deusto*, 68(1), 43–59. [https://doi.org/10.18543/ed-68\(1\)-2020pp43-59](https://doi.org/10.18543/ed-68(1)-2020pp43-59)
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. (2016). *Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 252, Tambahan Lembaran Negara Nomor 5953*.
- Barry, E., & Weiser, B. (2014, January 11). As Indian diplomat exits after arrest, a culture clash lingers. *The New York Times*.
- Patenku.id. (2023, October). Trademark squatting. <https://patenku.id/trademark-squatting/>
- Budi, H. S. (2025, February 11). Keterangan saksi ahli dalam perkara sengketa merek Minyak Kutus Kutus. Sidang Pengadilan Niaga Surabaya.
- Parwanto, D. (2025, March). Pakar HAKI berikan keterangan ahli terkait sengketa merek Minyak Kutus Kutus. *RRI.co.id*.
- Sembiring, J. (2025, March 4). Sengketa merek Kutus Kutus, ini penjelasan lengkap pakar HKI di persidangan. *iNews Medan*.
- Mada, M. (2025, March 5). Sidang sengketa merek Kutus Kutus: Fakta baru terungkap dalam pembuktian. *iNews Depok*.