



Transformasi Hak Merek sebagai Kekayaan Aset Perusahaan Dalam Perkembangan Ekonomi Digital: Perspektif Kepastian Hukum

The Transformation of Trademark Rights as Corporate Assets in the Development of the Digital Economy: A Legal Certainty Perspective

Anthon Fathanudien¹, Iman Jalaludin Rifa'i², Cucun Cundaya Fitria Sari³

^{1,2,3} Fakultas Hukum, Universitas Kuningan

Article Info

Corresponding Author:

Anthon Fathanudien

✉ anthonfathanudien79@gmail.com

History:

Submitted: 21-05-2026

Revised: 28-06-2026

Accepted: 30-06-2026

Keyword:

Assets; Company; Legal Certainty;
Transformation; Trademark Rights;

Kata Kunci:

Aset; Hak Merek; Kepastian Hukum; ;
Perusahaan; Transformasi.

Abstract

The development of the digital economy has transformed the function of trademark rights from merely a distinguishing mark to an intangible asset of strategic economic value. Trademark rights now contribute to corporate value through licensing, franchising, and intellectual property-based financing. This study aims to analyze the transformation of trademark rights as corporate assets in the digital economy and to examine legal certainty within the Indonesian legal system regarding their recognition, protection, and utilization. The method used is normative legal research employing a regulatory and conceptual approach. The results of the study indicate that although Law No. 20 of 2016 on Trademarks and Geographical Indications has provided protection for exclusive rights, this regulation has not yet explicitly accommodated trademark rights as assets of economic value within the digital ecosystem. This study recommends updating the legal framework for trademarks to explicitly recognize the economic asset dimension of trademark rights.

Abstrak

Perkembangan ekonomi digital telah mengubah fungsi hak merek dari sekadar tanda pembeda menjadi aset tidak berwujud (intangible asset) yang bernilai ekonomi strategis. Hak merek kini berkontribusi terhadap nilai perusahaan melalui lisensi, waralaba, dan pembiayaan berbasis kekayaan intelektual. Penelitian ini bertujuan menganalisis transformasi hak merek sebagai aset perusahaan dalam ekonomi digital serta mengkaji kepastian hukum dalam sistem hukum Indonesia atas pengakuan, perlindungan, dan pemanfaatannya. Metode yang digunakan adalah penelitian hukum normatif dengan pendekatan peraturan perundang-undangan dan konseptual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis telah memberikan perlindungan hak eksklusif, regulasi tersebut belum secara eksplisit mengakomodasi hak merek sebagai aset bernilai ekonomi dalam ekosistem digital. Penelitian ini merekomendasikan pembaruan kerangka hukum merek agar secara eksplisit mengakui dimensi aset ekonomis hak merek.



Copyright © 2026 by
Jurnal Hukum Mimbar
Justitia.

All writings published in this journal are personal views of the authors and do not represent the views of the Constitutional Court.

 <https://doi.org/10.35194/jhmj.v12i1.6199>

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Transformasi ekonomi berbasis digital membawa perubahan besar terhadap sistem persaingan usaha di Indonesia. Situasi ini menuntut setiap pelaku bisnis untuk menyesuaikan diri dengan perkembangan pasar yang semakin maju serta kompetitif. Dalam keadaan tersebut, hak merek saat ini tidak sekadar dipakai untuk membedakan barang atau jasa, tetapi juga berfungsi sebagai aset perusahaan yang bernilai ekonomi serta memiliki peluang komersial. Suatu hak merek dapat memperkuat reputasi perusahaan, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan membentuk loyalitas pelanggan yang berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha. Pada persaingan bisnis masa kini, perusahaan yang memiliki hak merek kuat dan terlindungi secara hukum umumnya lebih mampu menjaga keberadaan usahanya serta memperluas jangkauan pasar dibandingkan perusahaan yang belum memiliki perlindungan hak merek secara optimal. Dengan demikian, adanya perlindungan hukum terhadap hak merek memiliki peranan yang sangat penting untuk menjaga keberlangsungan kegiatan usaha sekaligus mendukung peningkatan pertumbuhan perekonomian nasional.

Perkembangan teknologi digital turut mendorong pemanfaatan berbagai platform elektronik dalam aktivitas perdagangan, antara lain *marketplace*, media sosial, serta layanan berbasis aplikasi. Kondisi ini memberikan kesempatan yang luas bagi pelaku usaha untuk mengembangkan dan memperbesar jaringan usahanya. Namun demikian, kemajuan tersebut juga menimbulkan berbagai pelanggaran terhadap hak merek, seperti pemakaian hak merek tanpa persetujuan, peniruan, hingga pemalsuan hak merek yang dilakukan melalui media digital.¹ Keadaan tersebut menandakan bahwa kemajuan teknologi informasi perlu disertai dengan adanya perlindungan hukum yang dapat memberikan jaminan kepastian kepada pemilik hak merek. Adanya kepastian hukum memiliki peranan penting dalam melindungi hak eksklusif pemegang hak merek serta mendukung terciptanya persaingan usaha yang sehat, adil, dan kompetitif pada masa ekonomi digital saat ini.²

Selain berfungsi sebagai identitas pembeda secara hukum, hak merek pada masa

¹ Yustina Dhian Novita dan Budi Santoso, "Urgensi Pembaharuan Regulasi Perlindungan Konsumen di Era Bisnis Digital," *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia* 3, no. 1 (2021): 46–58, <https://doi.org/10.14710/jphi.v3i1.46-58>.

² Alexander Kennedy dan Franciscus Xaverius Wartoyo, "Perlindungan Merek Dagang pada Platform E-Commerce di Indonesia Ditinjau dari Perspektif HAM," *JIPRO: Journal of Intellectual Property* 7, no. 2 (2024), <https://doi.org/10.20885/jipro.vol7.iss2.art1>.

sekarang juga dipandang sebagai aset tidak berwujud yang mempunyai nilai ekonomis bagi perusahaan. Kekuatan suatu hak merek bahkan dapat memengaruhi nilai perusahaan dalam kegiatan investasi, lisensi, waralaba, serta berbagai aktivitas bisnis lainnya.³ Akan tetapi, pesatnya perkembangan bisnis digital hingga saat ini belum sepenuhnya diikuti oleh sistem pengaturan hukum yang mampu menyesuaikan diri terhadap perlindungan dan pemanfaatan hak merek sebagai aset strategis perusahaan. Oleh karena itu, diperlukan penguatan kepastian hukum dalam sistem perlindungan hak merek di Indonesia, sehingga hak merek dapat digunakan secara maksimal sebagai sarana untuk meningkatkan daya saing perusahaan di tengah perkembangan transformasi ekonomi digital yang semakin pesat.

Ada beberapa tahapan alur perlindungan hak merek dalam ekonomi digital yaitu:

Tabel 1. Alur Perlindungan Hak Merek

Tahap	Kegiatan	Dasar Hukum	Tujuan
1	Penciptaan dan Penentuan Merek	UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis	Menciptakan identitas pembeda barang dan/atau jasa
2	Pendaftaran Merek	UU No. 20 Tahun 2016	Memperoleh hak eksklusif dan kepastian hukum
3	Sertifikat Merek Diterbitkan	Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual	Memberikan bukti kepemilikan yang sah
4	Pemanfaatan dalam Ekonomi Digital	Marketplace, media sosial, aplikasi digital, situs web, dan platform e-commerce	Meningkatkan nilai ekonomi dan daya saing perusahaan
5	Transformasi Menjadi Aset Perusahaan	Penilaian perusahaan aset tidak berwujud (<i>intangible asset</i>), lisensi, waralaba, kerja sama bisnis	Menjadikan merek sebagai kekayaan perusahaan yang bernilai ekonomi
6	Perlindungan Hukum	Pengawasan penggunaan merek, keberatan, gugatan pelanggaran, penyelesaian sengketa	Mencegah pembajakan, pemalsuan, dan penggunaan tanpa izin
7	Pengembangan Nilai Aset	Lisensi, investasi, pembiayaan berbasis kekayaan intelektual, ekspansi bisnis digital	Meningkatkan nilai perusahaan (<i>corporate value</i>) dan keberlanjutan usaha

Sumber: Hasil Olahan dan Analisis Penulis.

Tabel di atas menggambarkan bahwa hak merek tidak berhenti pada tahap pendaftaran sebagai identitas pembeda barang dan/atau jasa, tetapi berkembang menjadi aset tidak

³ Panern Intara dan Nittikorn Suwansin, "Intangible Assets, Firm Value, and Performance: Does Intangible-Intensive Matter?," *Cogent Economics & Finance* 12, no. 1 (2024), <https://doi.org/10.1080/23322039.2024.2375341>.

berwujud (intangible asset) yang memiliki nilai ekonomi. Dalam ekosistem ekonomi digital, merek dimanfaatkan sebagai instrumen komersial melalui lisensi, waralaba, kolaborasi bisnis, dan strategi pemasaran digital. Agar nilai ekonomi tersebut terlindungi, diperlukan kepastian hukum melalui sistem pendaftaran, perlindungan terhadap pelanggaran hak merek, dan mekanisme penegakan hukum yang efektif sehingga hak merek dapat memberikan manfaat ekonomi yang berkelanjutan bagi perusahaan

Dalam perkembangan dunia usaha dan teknologi, perlindungan kekayaan intelektual menjadi salah satu kebutuhan utama dan indikator kemajuan Indonesia dalam menghadapi perkembangan era perdagangan bebas yang mulai menguat pada tahun 2020. Dalam sistem pasar terbuka tersebut, Indonesia menjadi lebih terbuka terhadap masuknya berbagai produk dan karya dari luar negeri, sementara di sisi lain pelaku usaha dan masyarakat Indonesia juga memperoleh peluang untuk memasarkan produk serta hasil ciptaannya ke pasar global secara lebih luas. Dalam situasi ini, berbagai produk dan karya yang termasuk dalam lingkup kekayaan intelektual membutuhkan perlindungan hukum yang kuat agar tidak terjadi pelanggaran, sebagaimana telah ditentukan dalam perjanjian *Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPs)* serta berbagai kesepakatan internasional yang telah diratifikasi.

Salah satu bentuk kekayaan intelektual yang membutuhkan perlindungan hukum adalah hak merek. Dalam dunia usaha, hak merek memegang peranan penting karena berfungsi sebagai penanda yang membedakan suatu barang dan/atau jasa. Ketika suatu merek sudah dikenal luas dan mendapatkan kepercayaan dari konsumen, hal tersebut kerap memicu pihak lain untuk membuat produk serupa yang meniru popularitasnya, bahkan dapat menimbulkan praktik persaingan yang tidak sehat. Karena itu, hak merek sering dianggap sebagai elemen utama yang menjadi “jiwa” dari suatu produk atau layanan.⁴ Hak merek mempunyai peran sebagai identitas yang sekaligus menjadi pembeda, yang menggambarkan ciri dan reputasi suatu barang maupun jasa dalam aktivitas perdagangan.

Dari sudut pandang pelaku usaha, hak merek digunakan sebagai penegas kualitas produk yang ditawarkan sekaligus alat promosi untuk memperkenalkan dan memperluas pasar. Sedangkan bagi konsumen, hak merek berfungsi sebagai acuan dalam memilih dan menentukan produk yang akan dibeli atau digunakan. Produk yang tidak disertai hak merek umumnya akan sulit untuk dikenali oleh konsumen atau masyarakat luas. Oleh karena itu,

⁴ Insan Budi Maulana, *Sukses Bisnis melalui Merek, Paten & Hak Cipta* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2019), 60.

hampir semua barang maupun jasa dipasarkan dengan menggunakan hak merek sebagai tanda pengenal. Di sisi lain, hak merek yang sudah memiliki reputasi baik karena kualitas dan harga yang disukai konsumen sering kali menjadi target peniruan, pembajakan, bahkan pemalsuan oleh pihak lain yang melakukan persaingan usaha secara tidak sehat⁵. Perlindungan hukum hak merek memiliki peranan yang sangat krusial, karena hak merek berfungsi sebagai karakteristik yang membedakan suatu produk atau layanan serta menjadi elemen utama dalam aktivitas usaha. Di samping itu, hak merek juga mempunyai nilai yang tinggi jika dilihat dari berbagai aspek, baik dari segi ekonomi maupun komersial⁶.

Dengan demikian, hak merek memiliki peranan yang sangat penting dalam kegiatan bisnis. Hak merek berkaitan erat dengan aktivitas perdagangan, baik barang maupun jasa. Dalam dunia perdagangan, merek berfungsi membantu konsumen menjadi ciri pembeda antar produk yang sejenis. Selain itu, hak merek juga menjadi identitas dari suatu produk atau hasil produksi perusahaan yang dipasarkan. Seiring perkembangan ekonomi nasional maupun global, fungsi hak merek juga terus mengalami perkembangan. Pada prinsipnya, hak merek merupakan suatu tanda yang dapat berupa identitas, lambang, visual, susunan warna, kata, simbol, rancangan, maupun gabungan dari berbagai unsur tersebut.

Terdapat perkembangan dalam pengaturan jenis hak merek berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang kini mengakomodasi jenis-jenis baru yang dapat didaftarkan sebagai hak merek, seperti hologram, suara, serta bentuk tiga dimensi. Perubahan tersebut terjadi sejalan dengan pesatnya pertumbuhan dunia usaha, sehingga diperlukan penyesuaian terhadap berbagai bentuk hak merek baru yang terus bermunculan. Untuk mendapatkan perlindungan hukum, pendaftaran menjadi langkah yang sangat krusial karena melalui proses ini pemilik hak merek memperoleh hak serta kepastian hukum atas hak merek yang dimilikinya.

Hak merek hanya diberikan secara khusus kepada pihak yang telah mendaftarkannya, sehingga negara memberikan jaminan perlindungan hukum kepada pemilik hak merek tersebut dalam jangka waktu yang telah ditentukan. Meskipun demikian, dalam pelaksanaannya masih sering dijumpai praktik peniruan hak merek, khususnya pada hak merek yang telah memiliki reputasi tinggi. Hingga sekarang, penggunaan hak merek tanpa

⁵ *Ibid.*

⁶ Rakhmita Desmayanti, "Tinjauan Umum Perlindungan Merek Terkenal sebagai Daya Pembeda menurut Perspektif Hukum di Indonesia," *Jurnal Cahaya Keadilan* 6, no. 1 (2018), <https://doi.org/10.33884/jck.v6i1.874>.

persetujuan atau yang dilakukan secara melanggar hukum masih banyak terjadi di berbagai sektor usaha⁷. Di samping itu, situasi tersebut juga tidak lepas dari masih adanya kekurangan dalam regulasi di bidang kekayaan intelektual yang pada praktiknya masih membuka celah terjadinya berbagai pelanggaran terhadap kekayaan intelektual.

Salah satu kelemahan dalam penerapan Undang-Undang Merek di Indonesia dapat dilihat dari masih maraknya pelanggaran hak merek, seperti pemalsuan, penggunaan hak merek tanpa izin, serta praktik persaingan usaha tidak sehat di *platform digital*. Penegakan hukum atas pelanggaran tersebut belum berjalan optimal karena mekanisme penanganan sengketa yang memakan waktu lama dan pengawasan terhadap perdagangan elektronik yang masih lemah. Selain itu, rendahnya pemahaman pelaku usaha, terutama usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), mengenai pentingnya pendaftaran hak merek juga menjadi faktor penghambat dalam efektivitas perlindungan hukum hak merek.⁸ Situasi tersebut memperlihatkan bahwa keberadaan aturan hukum belum sepenuhnya dapat memberikan perlindungan yang optimal apabila tidak didukung oleh mekanisme pengawasan serta penegakan hukum yang tegas dan efektif.

Kelemahan lain juga dapat dilihat dari masih belum maksimalnya pengaturan terkait penggunaan hak merek sebagai aset bisnis perusahaan dalam perkembangan ekonomi digital saat ini. Dalam kegiatan bisnis modern, hak merek mempunyai nilai ekonomi yang dapat dioptimalkan melalui perjanjian lisensi, sistem waralaba, maupun bentuk kerja sama usaha lainnya. Namun demikian, sistem hukum di Indonesia masih menemui berbagai hambatan dalam memberikan kepastian hukum terkait penilaian nilai serta pengakuan hak merek sebagai aset tidak berwujud milik perusahaan. Kondisi tersebut mengakibatkan penggunaan hak merek sebagai sarana ekonomi belum bisa dioptimalkan secara penuh.⁹ Dengan demikian, diperlukan pembaruan kebijakan hukum yang lebih optimal mampu menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi serta dinamika kebutuhan bisnis masa kini, sehingga perlindungan hak merek dapat memberikan jaminan kepastian hukum sekaligus menunjang perkembangan ekonomi digital di Indonesia.

⁷ *Ibid.*

⁸ Farrel Anhar Priagung Pambudhi, "Perlindungan Hukum terhadap Inovasi Disruptif dalam Era Digital," *Jurnal Hukum Positum* 10, no. 1 (2024), <https://doi.org/10.35706/positum.v10i1.11067>.

⁹ Alieffa Nanda Erviana, Rohaini, dan Ria Wierma Putri, "Perlindungan dan Pemanfaatan Hak Merek dalam Bisnis Waralaba Digital di Era Ekonomi Kreatif," *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum* 4, no. 1 (2025), <https://doi.org/10.61104/alz.v4i1.4225>.

Penelitian ini mengandalkan dua kerangka teoretis utama guna memperdalam analisis. Kerangka pertama adalah Teori kepastian hukum yang dikemukakan oleh Gustav Radbruch, hukum dituntut untuk mampu menyeimbangkan unsur keadilan, kemanfaatan, dan kepastian hukum secara proporsional. Ketiga nilai tersebut harus diwujudkan secara seimbang dalam pembentukan maupun penerapan hukum. Dalam konteks penelitian ini, teori Gustav Radbruch menjadi landasan untuk menilai apakah pengaturan mengenai hak merek di Indonesia telah memberikan kepastian hukum terhadap perubahan fungsi hak merek, dari sekadar tanda pembeda barang dan/atau jasa menjadi aset perusahaan (*corporate intangible asset*) yang memiliki nilai ekonomi, nilai investasi, dan nilai komersial dalam perkembangan ekonomi digital.

Kepastian hukum diperlukan agar pelaku usaha memperoleh jaminan hukum dalam proses pendaftaran, kepemilikan, lisensi, pengalihan hak, penilaian perusahaan, hingga pemanfaatan hak merek sebagai aset yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Di Indonesia, perlindungan hak merek secara yuridis telah diatur dalam Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis yang menerapkan asas, yakni hak merek diberikan kepada pihak yang terlebih dahulu melakukan pendaftaran atas hak merek tersebut.¹⁰ Sistem tersebut pada dasarnya dirancang untuk memberikan jaminan kepastian hukum atas kepemilikan hak merek. Namun, dalam pelaksanaannya, penerapan prinsip ini kerap menimbulkan berbagai permasalahan karena lebih menekankan aspek administratif dibandingkan perlindungan terhadap itikad baik serta reputasi hak merek yang telah dikenal luas. Dari sudut pandang hukum, sistem ini juga mendapat kritik karena masih membuka kesempatan bagi pihak tertentu untuk mendaftarkan hak merek yang mirip dengan hak merek terkenal internasional sebelum pemilik aslinya melakukan pendaftaran di Indonesia.

Berdasarkan perspektif kepastian hukum, kondisi tersebut menunjukkan perlunya harmonisasi antara Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis, Undang-Undang Jaminan Fidusia, Undang-Undang Kepailitan dan Penundaan Kewajiban Pembayaran Utang, serta regulasi mengenai penilaian aset tidak berwujud. Harmonisasi tersebut perlu diwujudkan melalui pembentukan standar nasional penilaian perusahaan kekayaan intelektual, penguatan peran penilai publik yang memiliki kompetensi dalam penilaian aset kekayaan intelektual,

¹⁰ U. Sudjana, "Kepastian Hukum dalam Efektivitas Perlindungan Merek dan Indikasi Geografis di Indonesia," *Jurnal Ilmiah Hukum De'Jure: Kajian Ilmiah Hukum* 4, no. 2 (2019): 170–180, <https://doi.org/10.35706/dejure.v4i2.3499>.

serta pembentukan mekanisme kelembagaan yang mampu menghasilkan nilai hak merek secara objektif, konsisten, dan dapat diterima oleh dunia usaha maupun lembaga keuangan. Dengan demikian, transformasi hak merek sebagai kekayaan aset perusahaan dalam perkembangan ekonomi digital tidak hanya memperoleh pengakuan secara normatif, tetapi juga didukung oleh sistem penilaian perusahaan yang memberikan kepastian hukum, melindungi kepentingan pemilik hak merek dan kreditur, serta meningkatkan kepercayaan terhadap pemanfaatan hak merek sebagai aset ekonomi yang bernilai tinggi.

Kerangka pertama adalah teori hukum progresif, menurut teori Satjipto Rahardjo ini bahwa hukum dituntut untuk selalu beradaptasi dengan perubahan masyarakat serta kemajuan teknologi. Karena itu, perlindungan hukum atas hak merek di era ekonomi digital tidak cukup hanya berfokus pada aspek administratif, tetapi juga perlu mengutamakan keadilan substantif, perkembangan teknologi, serta kepentingan ekonomi para pelaku usaha. Pembaruan regulasi menjadi penting untuk memperjelas aturan terkait perlindungan hak merek di *platform digital*, memperkuat perlindungan terhadap hak merek terkenal, serta meningkatkan efektivitas penegakan hukum terhadap pelanggaran hak merek dalam perdagangan elektronik.¹¹

Menurut Satjipto Rahardjo, hukum pada hakikatnya diciptakan untuk melayani manusia, sehingga hukum tidak boleh dipahami secara sempit sebagai kumpulan norma tertulis, tetapi harus mampu memberikan keadilan, kemanfaatan, dan kesejahteraan bagi masyarakat. Hukum harus responsif terhadap perubahan sosial, perkembangan teknologi, dan dinamika ekonomi yang terus berkembang. Pemikiran ini menjadi relevan dalam penelitian karena perkembangan ekonomi digital telah mengubah fungsi hak merek menjadi aset strategis perusahaan yang memiliki nilai ekonomi tinggi. Oleh sebab itu, regulasi mengenai hak merek tidak cukup hanya memberikan perlindungan formal melalui sistem pendaftaran, tetapi juga harus mampu mengakomodasi berbagai bentuk pemanfaatan hak merek sebagai aset perusahaan dalam kegiatan investasi, lisensi, waralaba, pembiayaan berbasis kekayaan intelektual, serta transaksi bisnis digital.

Kombinasi kedua teori tersebut memberikan kerangka analisis yang saling melengkapi. Teori Gustav Radbruch digunakan untuk menguji apakah sistem hukum telah memberikan

¹¹ Dionisia Nadya Dyah Santika, Hendro Saptono, dan Mas'ut, "Analisa Hukum terhadap Perlindungan Merek Terkenal yang Dianggap sebagai 'Merek Non-Use'," *Diponegoro Law Journal* 14, no. 2 (2025), <https://doi.org/10.14710/dlj.2025.49667>.

kepastian hukum terhadap transformasi hak merek sebagai aset perusahaan, sedangkan teori hukum progresif digunakan untuk menilai sejauh mana hukum mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan ekonomi digital tanpa mengabaikan tujuan utama hukum, yaitu keadilan, kemanfaatan, dan perlindungan terhadap kepentingan masyarakat. Dengan demikian, kedua teori tersebut menjadi dasar konseptual dalam menganalisis perlunya penguatan regulasi yang tidak hanya memberikan perlindungan terhadap hak merek sebagai hak kekayaan intelektual, tetapi juga mengakui dan mengoptimalkan kedudukannya sebagai kekayaan aset perusahaan yang memiliki nilai ekonomi strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia.

Guna menunjukkan orisinalitas penelitian, berikut ini dipaparkan beberapa penelitian terdahulu dengan topik serupa. Ferdiana, Amirulloh, dan Afriana (2025) dalam penelitian berjudul "*Pelindungan Hak Ekonomi terhadap Merek sebagai Boedel Pailit Dikaitkan dengan Urgensi Valuasi Merek*". Kajian tersebut berfokus pada posisi hak merek sebagai aset tidak berwujud perusahaan serta permasalahan penilaian nilai hak merek dalam konteks kepailitan.¹² Selanjutnya, terdapat pula penelitian dari Grasia Kurniati (2023) berjudul "*Trademark Registration Law as an Effort to Face the Growth of the Digital Economy*", yang membahas urgensi pendaftaran hak merek dalam menghadapi perkembangan ekonomi digital.¹³

Penelitian selanjutnya adalah penelitian dari Erviana, Rohaini, dan Ria Wierma Putri (2025) berjudul "*Perlindungan dan Pemanfaatan Hak Merek dalam Bisnis Waralaba Digital di Era Ekonomi Kreatif*". Kajian ini berfokus bahwa hak merek tidak lagi berfungsi hanya sebagai identitas pembeda barang dan/atau jasa, tetapi telah menjadi aset strategis yang memberikan nilai ekonomi melalui lisensi, waralaba, dan pengembangan hak merek di *platform digital*. Meskipun demikian, penelitian tersebut lebih berfokus pada model bisnis waralaba digital dan belum menganalisis transformasi hak merek sebagai kekayaan aset perusahaan dari perspektif kepastian hukum secara komprehensif.¹⁴

Selanjutnya penelitian dari Fabio Gennaro, Melsa Oktapiansyah, Fitri Novianti, dan Putri

¹² Anissa Puteri Larasati Ferdiana, Muhamad Amirulloh, dan Anita Afriana, "Pelindungan Hak Ekonomi terhadap Merek sebagai Boedel Pailit Dikaitkan dengan Urgensi Valuasi Merek," *ACTA DIURNAL: Jurnal Ilmu Hukum Kenotariatan* 8, no. 2 (2025): 132–146, <https://doi.org/10.23920/acta.v8i2.1902>.

¹³ Grasia Kurniati, "Trademark Registration Law as an Effort to Face the Growth of the Digital Economy," *Jurnal Independent* 11, no. 1 (2023): 264–277, <https://doi.org/10.30736/ji.v11i1.174>.

¹⁴ Erviana, Rohaini, dan Putri, "Perlindungan dan Pemanfaatan Hak Merek dalam Bisnis Waralaba Digital."

Pribby Trada (2025) yang berjudul "*Penguatan Perlindungan Merek Dagang di Era Digital: Analisis Normatif Yuridis terhadap Efektivitas Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 dan Implikasinya terhadap E-Commerce*". Penelitian ini fokus pada efektivitas perlindungan hak merek di tengah berkembangnya perdagangan elektronik. Penelitian tersebut menemukan bahwa diperlukan penguatan penegakan hukum dan penyesuaian regulasi agar perlindungan hak merek mampu menjawab tantangan transaksi digital. Meskipun demikian, penelitian tersebut belum mengkaji transformasi hak merek sebagai kekayaan aset perusahaan yang memiliki nilai investasi, nilai komersial, dan kontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan.¹⁵

Novelty dalam penelitian ini terdapat pada pendekatan yang tidak hanya melihat hak merek sebagai objek perlindungan hukum, tetapi juga sebagai aset strategis perusahaan yang memiliki nilai ekonomi tinggi dalam praktik bisnis digital saat ini. Penelitian ini mengintegrasikan pembahasan mengenai perlindungan hak merek, kepastian hukum, serta pemanfaatan hak merek sebagai aset ekonomi di tengah perkembangan perdagangan digital, *platform marketplace*, lisensi berbasis digital, dan kemajuan teknologi informasi. Pembahasan secara komprehensif seperti ini masih relatif sedikit ditemukan dalam penelitian-penelitian sebelumnya.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pergeseran fungsi hak merek sebagai kekayaan penting perusahaan pada masa perkembangan ekonomi digital, serta mengkaji sejauh mana efektivitas kepastian hukum dalam perlindungan dan pemanfaatan hak merek berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dalam mendukung pertumbuhan bisnis digital di Indonesia.

2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penelitian ini merumuskan dua pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- a. Bagaimana transformasi hak merek sebagai aset perusahaan dalam era ekonomi digital?
- b. Bagaimana kepastian hukum dalam perlindungan dan pemanfaatan hak merek berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis di era ekonomi digital?

¹⁵ Fabio Gennaro, Melsa Oktapiansyah, Fitri Novianti, dan Putri Pribby Trada, "Penguatan Perlindungan Merek Dagang di Era Digital: Analisis Normatif Yuridis terhadap Efektivitas Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 dan Implikasinya terhadap E-Commerce," *Jurnal Penelitian Multidisiplin Bangsa* 2, no. 8 (2025): 1492–1500.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif dengan fokus pada pengkajian norma hukum yang mengatur kedudukan hak merek sebagai bagian dari kekayaan perusahaan berdasarkan peraturan perundang-undangan di Indonesia. Selain itu, penelitian ini mengkaji konsep hak merek sebagai aset perusahaan diterapkan dalam praktik bisnis digital, termasuk pemanfaatannya dalam kegiatan lisensi, waralaba, kerja sama komersial, valuasi perusahaan, dan transaksi ekonomi digital.¹⁶

Penelitian ini juga mengkaji transformasi hak merek yang tidak lagi dipandang semata-mata sebagai identitas pembeda, tetapi telah berkembang menjadi aset tidak berwujud (*intangible asset*) yang memiliki nilai ekonomi strategis. Perkembangan teknologi informasi dan digitalisasi ekonomi telah mengubah fungsi hak merek menjadi salah satu aset perusahaan yang mampu meningkatkan nilai perusahaan (*corporate value*), menarik investasi, menjadi objek perjanjian komersial, serta dimanfaatkan sebagai objek pembiayaan melalui skema tertentu yang diakui oleh hukum.

Pendekatan yang digunakan mencakup pendekatan perundang-undangan (*statute approach*), pendekatan konseptual (*conceptual approach*), dan pendekatan analitis (*analytical approach*).¹⁷ Pendekatan perundang-undangan dilakukan dengan menelaah berbagai ketentuan hukum yang berkaitan dengan hak merek, kekayaan intelektual, aset perusahaan, serta regulasi yang mengatur aktivitas ekonomi digital di Indonesia. Pendekatan konseptual digunakan untuk mengkaji teori-teori dan konsep hukum mengenai hak merek sebagai benda tidak berwujud (*intangible asset*), nilai ekonomi kekayaan intelektual, dan teori kepastian hukum. Sementara itu, pendekatan analitis dilakukan untuk menganalisis kesesuaian antara norma hukum yang berlaku dengan praktik pemanfaatan hak merek sebagai aset perusahaan dalam era ekonomi digital.

Spesifikasi penelitian bersifat deskriptif-analitis,¹⁸ yakni menghasilkan argumentasi hukum mengenai kedudukan hak merek sebagai bagian dari kekayaan perusahaan,

¹⁶ S. Wiraguna, "Metode Normatif dan Empiris dalam Penelitian Hukum: Studi Eksploratif di Indonesia," *Public Sphere: Jurnal Sosial Politik, Pemerintahan dan Hukum* 3, no. 3 (2024), <https://doi.org/10.59818/jps.v3i3.1390>.

¹⁷ Kornelius Benuf dan Muhammad Azhar, "Metodologi Penelitian Hukum sebagai Instrumen Mengurai Permasalahan Hukum Kontemporer," *Gema Keadilan* 7, no. 1 (2020): 20–33, <https://doi.org/10.14710/gk.2020.7504>.

¹⁸ Yati Nurhayati, Ifrani, dan M. Yasir Said, "Metodologi Normatif dan Empiris dalam Perspektif Ilmu Hukum," *Jurnal Penegakan Hukum Indonesia* 2, no. 1 (2021): 1–20, <https://doi.org/10.51749/jphi.v2i1.14>.

mengidentifikasi berbagai permasalahan hukum yang muncul akibat transformasi ekonomi digital, serta memberikan rekomendasi terhadap pengembangan regulasi yang dapat memperkuat kepastian hukum bagi pelaku usaha dalam memanfaatkan hak merek sebagai aset strategis perusahaan. Data penelitian diperoleh melalui bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier. Bahan hukum primer meliputi Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, serta berbagai peraturan yang berkaitan dengan kekayaan intelektual.

Bahan hukum sekunder terdiri atas buku, jurnal ilmiah, hasil penelitian, dan pendapat para ahli yang membahas hak merek, hukum perusahaan, dan ekonomi digital. Adapun bahan hukum tersier berupa kamus hukum, ensiklopedia hukum, dan sumber referensi lain yang mendukung penelitian.¹⁹ Data di analisis menggunakan analisis kualitatif normatif, yakni mengenai transformasi hak merek sebagai kekayaan aset perusahaan dalam perkembangan ekonomi digital serta menilai sejauh mana pengaturan hukum yang berlaku telah memberikan kepastian hukum terhadap pengakuan, perlindungan, dan pemanfaatan hak merek sebagai aset perusahaan yang memiliki nilai ekonomi.

B. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan ekonomi digital telah menggeser cara pandang terhadap perlindungan merek dalam sistem hukum bisnis modern. Hak merek kini tidak hanya dipahami sebagai penanda suatu komoditas atau layanan, melainkan juga mempunyai fungsi sebagai aset penting perusahaan yang semakin bernilai ekonomi tinggi. Pada kerangka teori kekayaan intelektual, hak merek merupakan hak khusus yang diberikan oleh negara kepada pemiliknya untuk melindungi penggunaan tanda pembeda dalam kegiatan perdagangan.²⁰ Perlindungan tersebut ditujukan untuk mempertahankan citra usaha, membangun kesetiaan konsumen, serta memberikan kepastian terhadap perlindungan hukum bagi pihak pelaku bisnis. Dalam masa transformasi digital ekonomi saat ini, kedudukan hak merek semakin vital karena persaingan usaha tidak lagi terbatas pada cara konvensional, tetapi juga berlangsung melalui marketplace, media sosial, dan perdagangan elektronik lintas negara. Situasi ini menjadikan

¹⁹ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*, cet. ke-19 (Depok: Rajawali Pers, 2019), 13–18.

²⁰ Zaenal Arifin dan Muhammad Iqbal, "Perlindungan Hukum terhadap Merek yang Terdaftar," *Jurnal Ius Constituendum* 5, no. 1 (2020): 47–48, <https://doi.org/10.26623/jic.v5i1.2117>.

merek memiliki nilai strategis yang mampu memengaruhi penilaian perusahaan serta keberlanjutan usaha di ranah digital.²¹

Kritik dari aspek hukum ditujukan pada masih lemahnya pengaturan perlindungan merek di ranah digital. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dianggap belum sepenuhnya mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan ekonomi digital, khususnya terkait penggunaan hak merek dalam domain *internet, marketplace*, media sosial, serta praktik *cybersquatting*. Sistem pengawasan dan penegakan hukum atas pelanggaran tersebut belum optimal akibat terbatasnya koordinasi antara Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual dan penyedia *platform digital*. Akan tetapi, sistem pengawasan dan penegakan hukum atas pelanggaran tersebut masih belum optimal karena terbatasnya koordinasi antara Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual dan pihak penyedia *platform digital*. Hal ini menyebabkan perlindungan bagi pemilik hak merek belum terlaksana secara efektif, terutama dalam konteks perdagangan elektronik yang bersifat lintas negara.²²

Permasalahan dalam penerapan hukum hak merek di Indonesia juga dapat dilihat dari belum optimalnya efektivitas penyelesaian sengketa hak merek melalui Pengadilan Niaga. Sejumlah putusan pengadilan masih dianggap kurang seragam dalam menafsirkan unsur persamaan secara keseluruhan serta penerapan prinsip itikad baik (*good faith*) dalam proses permohonan pendaftaran hak merek.²³ Ketidakteraturan tersebut mengakibatkan ketidakpastian hukum bagi para pelaku usaha yang menempatkan hak merek sebagai bagian penting dari aset perusahaan. Di dalam praktik bisnis modern, kondisi ketidakpastian hukum atas hak merek dapat mengakibatkan kerugian ekonomi yang signifikan, mengingat hak merek berkaitan erat dengan reputasi perusahaan, nilai investasi, serta loyalitas pelanggan.

Salah satu contoh nyata dari permasalahan penerapan hukum hak merek di Indonesia dapat ditemukan dalam sengketa hak merek IKEA antara Inter IKEA Systems B.V. dan PT Ratania Khatulistiwa yang diputus melalui Putusan Mahkamah Agung Nomor 264 K/Pdt.Sus-HKI/2015. Permasalahan tersebut bermula saat PT Ratania Khatulistiwa mengajukan gugatan

²¹ *Ibid.*, 21.

²² Ricky Thio, Rio Christiawan, dan Wagiman Wagiman, "Trademark Law in the Digital Age: Challenges and Solutions for Online Brand Protection," *Global International Journal of Innovative Research* 2, no. 4 (2024): 710–721, <https://doi.org/10.59613/global.v2i4.125>.

²³ Welly Sandri Anis dan Fokky Fuad, "Kepastian Hukum dalam Penerapan Prinsip First to File: Studi Perbandingan Kasus Merek Elang Dua, IKEA dan Piti di Indonesia," *Riwayat: Educational Journal of History and Humanities* 8, no. 4 (2025), <https://doi.org/10.24815/jr.v8i4.51136>.

untuk menghapus merek IKEA yang dimiliki oleh Inter IKEA Systems B.V., dengan alasan bahwa merek tersebut tidak dipakai selama tiga tahun secara terus-menerus sebagaimana diatur dalam ketentuan pada undang-undang hak merek²⁴. Mahkamah Agung Republik Indonesia kemudian mengabulkan gugatan tersebut dan menetapkan bahwa hak merek IKEA wajib dicoret dari Daftar Umum Merek di Indonesia.

Putusan tersebut menuai kritik karena dinilai tidak sejalan dengan prinsip perlindungan terhadap hak merek terkenal yang diakui baik dalam hukum internasional maupun hukum nasional Indonesia. IKEA sendiri merupakan hak merek global yang telah memiliki reputasi kuat dan dikenal secara luas oleh masyarakat dunia. Namun demikian, Mahkamah Agung lebih berfokus pada pemenuhan syarat formal penghapusan hak merek dibandingkan mempertimbangkan reputasi internasional serta unsur itikad baik dari pemilik hak merek tersebut.²⁵ Situasi tersebut memperlihatkan adanya pertentangan norma antara perlindungan bagi hak merek terkenal dan aturan penghapusan hak merek akibat tidak digunakan (*non-use marks*). Di satu pihak, hukum di Indonesia mengakui dan memberikan perlindungan terhadap hak merek terkenal, namun di pihak lain ketentuan penghapusan hak merek dapat menghapus perlindungan tersebut apabila hak merek dinilai tidak dipakai dalam periode waktu tertentu.

Pertentangan norma lainnya juga tampak pada penerapan asas *first to file*. Mekanisme ini pada dasarnya memberikan kepastian secara administratif karena hak merek diberikan kepada pihak yang terlebih dahulu melakukan pendaftaran. Akan tetapi, dalam pelaksanaannya, sistem tersebut kerap tidak mempertimbangkan aspek keadilan secara substansial serta unsur itikad baik dari para pihak.²⁶ Hal tersebut dapat terlihat dari sejumlah kasus ketika pihak tertentu mendaftarkan hak merek yang mirip dengan hak merek terkenal dari luar negeri demi mendapatkan keuntungan ekonomi. Kondisi ini mengakibatkan perlindungan hukum bagi pemilik hak merek asli menjadi kurang kuat, karena sistem hukum lebih mengutamakan aspek formal pendaftaran dibandingkan substansi kepemilikan serta reputasi hak merek yang sebenarnya.

²⁴ Selvy Handoyo dan Suyud Margono, "Penerapan Merek Terdaftar Tidak Digunakan (Non-Use Marks) Analisis Kasus antara Inter IKEA System BV dan PT Ratania Khatulistiwa Putusan Mahkamah Agung No. 264 K/Pdt.Sus-HKI/2015," *Jurnal Hukum Adigama* 1, no. 2 (2019), <https://doi.org/10.24912/adigama.v1i2.2931>.

²⁵ Intan Purnamasari, "Perlindungan Hukum terhadap Merek Terkenal di Indonesia (Studi Kasus Putusan MA Nomor 264K/Pdt.Sus-HKI/2015)," *Jurnal Ilmu Hukum: Alethea* 2, no. 1 (2018): 1–16, <https://doi.org/10.24246/alethea.vol2.no1.p1-16>.

²⁶ Muhammad Lukman Fadillah, Nahrowi, dan Ipah Fariyah, "Perlindungan Hukum Merek Asing Terkenal yang Bergantung pada Sistem Konstitutif di Indonesia," *Journal of Legal Research* 4, no. 1 (2022), <https://doi.org/10.15408/jlr.v4i1.22254>.

Selain adanya pertentangan norma, persoalan dalam penerapan hukum hak merek juga berkaitan dengan belum maksimalnya pengaturan terkait penilaian hak merek sebagai aset perusahaan. Di era ekonomi digital, hak merek memiliki nilai ekonomi yang tinggi dan dapat digunakan sebagai objek lisensi, waralaba, hingga jaminan fidusia.²⁷ Namun demikian, peraturan di Indonesia masih belum mengatur secara menyeluruh mekanisme penilaian hak merek sebagai aset tidak berwujud milik perusahaan. Dampaknya, penggunaan hak merek sebagai sarana ekonomi bagi perusahaan masih berada dalam kondisi yang belum memiliki kepastian hukum yang jelas, khususnya dalam aspek investasi, kepailitan, serta kegiatan transaksi bisnis berbasis digital.

Transformasi hak merek sebagai kekayaan aset perusahaan dalam perkembangan ekonomi digital membawa konsekuensi hukum yang semakin kompleks, khususnya terkait dengan mekanisme penilaian perusahaan dalam hak merek ketika digunakan sebagai objek jaminan fidusia maupun sebagai bagian dari *boedel pailit* (harta pailit). Dalam praktik bisnis modern, hak merek tidak lagi dipandang hanya sebagai tanda pembeda barang dan/atau jasa, melainkan telah berkembang menjadi aset tidak berwujud (*intangible asset*) yang memiliki nilai ekonomi tinggi karena mencerminkan reputasi, loyalitas konsumen, pangsa pasar, serta potensi keuntungan perusahaan di masa depan. Oleh karena itu, ketika perusahaan mengalami kesulitan keuangan atau dinyatakan pailit, hak merek menjadi salah satu aset yang dapat diperhitungkan dalam proses pemberesan harta pailit.

Namun demikian, pengakuan hak merek sebagai aset ekonomi belum diikuti oleh pengaturan yang komprehensif mengenai mekanisme valuasi. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis mengakui hak merek sebagai hak eksklusif yang dapat dialihkan melalui pewarisan, hibah, wasiat, perjanjian, atau sebab lain yang dibenarkan oleh hukum. Akan tetapi, undang-undang tersebut belum mengatur secara rinci mengenai metode penilaian nilai ekonomis hak merek, terutama ketika hak merek dijadikan objek jaminan fidusia atau menjadi bagian dari *boedel pailit*. Kondisi ini menimbulkan ketidakpastian hukum karena tidak terdapat standar baku mengenai cara menentukan nilai suatu hak merek yang akan dijadikan objek pembiayaan maupun objek pemberesan harta pailit.

²⁷ Tajuddin Noor dan Suhaila Zulkifli, "Pembiayaan Berbasis Kekayaan Intelektual dengan Jaminan Fidusia bagi Pelaku Ekonomi Kreatif," *Jurnal Rectum: Tinjauan Yuridis Penanganan Tindak Pidana* 5, no. 1 (2023): 665–682, <https://doi.org/10.46930/jurnalrectum.v5i1.2765>.

Permasalahan penilaian perusahaan menjadi semakin penting karena nilai suatu hak merek tidak dapat ditentukan hanya berdasarkan biaya pendaftaran atau nilai administratifnya. Nilai ekonomi hak merek dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti reputasi perusahaan, kekuatan hak merek (*brand equity*), tingkat pengenalan masyarakat, kinerja keuangan perusahaan, pangsa pasar, keberadaan perjanjian lisensi, royalti yang dihasilkan, prospek usaha, serta kemampuan hak merek menghasilkan keuntungan di masa yang akan datang. Oleh sebab itu, penilaian hak merek memerlukan pendekatan profesional yang menggunakan metode penilaian perusahaan yang lazim diterapkan terhadap aset tidak berwujud, seperti pendekatan biaya (*cost approach*), pendekatan pasar (*market approach*), dan pendekatan pendapatan (*income approach*). Ketiga metode tersebut telah dikenal dalam praktik penilaian aset, namun belum memperoleh pengaturan yang tegas dalam sistem hukum Indonesia untuk kepentingan fidusia maupun kepailitan.²⁸

Dalam konteks kepailitan, persoalan penilaian perusahaan menjadi semakin krusial karena kurator berkewajiban memaksimalkan nilai *boedel pailit* demi memenuhi hak para kreditur. Apabila nilai hak merek ditetapkan terlalu rendah, kreditur berpotensi mengalami kerugian karena aset dijual di bawah nilai ekonominya. Sebaliknya, apabila nilai hak merek ditentukan terlalu tinggi tanpa dasar metodologis yang dapat dipertanggungjawabkan, proses penjualan aset dapat terhambat karena tidak terdapat pembeli yang bersedia membayar sesuai nilai tersebut. Kondisi ini menunjukkan bahwa kepastian hukum dalam proses kepailitan tidak hanya bergantung pada pengakuan hak merek sebagai aset perusahaan, tetapi juga pada adanya sistem penilaian perusahaan yang objektif, transparan, dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum.

Berdasarkan hasil kajian tersebut, dapat disimpulkan bahwa perubahan fungsi hak merek sebagai kekayaan perusahaan di masa transformasi ekonomi digital memerlukan sistem peraturan yang lebih fleksibel serta mampu merespons perkembangan teknologi informasi. Kepastian hukum dalam perlindungan hak merek perlu memberikan jaminan atas hak eksklusif pemiliknya sekaligus mendorong pemanfaatan hak merek sebagai alat ekonomi perusahaan. Oleh karena itu, penguatan aturan serta konsistensi dalam penegakan hukum menjadi hal yang sangat penting untuk mewujudkan perlindungan hukum yang efektif

²⁸ Larasta Shabillia dan Budi Santoso, "Analisis Yuridis terhadap Pembiayaan Berbasis Kekayaan Intelektual dalam Ekosistem Ekonomi Kreatif di Indonesia," *Al-Manhaj: Jurnal Hukum dan Pranata Sosial Islam* 5, no. 1 (2023): 737–746, <https://doi.org/10.37680/almanhaj.v5i1.2871>.

terhadap hak merek di era ekonomi digital.

C. KESIMPULAN

Transformasi hak merek sebagai kekayaan aset perusahaan dalam perkembangan ekonomi digital menunjukkan bahwa merek tidak lagi sekadar berfungsi sebagai identitas pembeda produk atau jasa, melainkan telah berkembang menjadi aset strategis yang memiliki nilai ekonomi tinggi, mendukung daya saing, reputasi, serta keberlangsungan bisnis. Namun, pesatnya aktivitas perdagangan melalui platform digital juga memunculkan berbagai tantangan, terutama masih lemahnya mekanisme pengawasan terhadap penggunaan merek yang membuka peluang terjadinya pelanggaran, pemalsuan, dan penyalahgunaan hak merek secara lebih masif. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kepastian hukum dalam perlindungan hak merek belum sepenuhnya mampu mengimbangi dinamika ekonomi digital. Oleh karena itu, diperlukan penguatan regulasi yang adaptif terhadap perkembangan teknologi, disertai peningkatan pengawasan, penegakan hukum yang efektif, serta sinergi antara pemerintah, penyelenggara platform digital, dan pemilik merek agar hak merek sebagai aset perusahaan memperoleh perlindungan hukum yang optimal sekaligus mampu mendukung terciptanya ekosistem ekonomi digital yang sehat, berkeadilan, dan memberikan kepastian hukum bagi seluruh pelaku usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Anis, Welly Sandri, dan Fokky Fuad. "Kepastian Hukum dalam Penerapan Prinsip First to File: Studi Perbandingan Kasus Merek Elang Dua, IKEA dan Piti di Indonesia." *Riwayat: Educational Journal of History and Humanities* 8, no. 4 (2025). <https://doi.org/10.24815/jr.v8i4.51136>.
- Arifin, Zaenal, dan Muhammad Iqbal. "Perlindungan Hukum terhadap Merek yang Terdaftar." *Jurnal Ius Constituendum* 5, no. 1 (2020): 47–48. <https://doi.org/10.26623/jic.v5i1.2117>.
- Benuf, Kornelius, dan Muhammad Azhar. "Metodologi Penelitian Hukum sebagai Instrumen Mengurai Permasalahan Hukum Kontemporer." *Gema Keadilan* 7, no. 1 (2020): 20–33. <https://doi.org/10.14710/gk.2020.7504>.
- Desmayanti, Rakhmita. "Tinjauan Umum Perlindungan Merek Terkenal sebagai Daya Pembeda menurut Perspektif Hukum di Indonesia." *Jurnal Cahaya Keadilan* 6, no. 1 (2018). <https://doi.org/10.33884/jck.v6i1.874>.
- Erviana, Alieffa Nanda, Rohaini, dan Ria Wierma Putri. "Perlindungan dan Pemanfaatan Hak Merek dalam Bisnis Waralaba Digital di Era Ekonomi Kreatif." *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum* 4, no. 1 (2025). <https://doi.org/10.61104/alz.v4i1.4225>.
- Fadillah, Muhammad Lukman, Nahrowi, dan Ipah Farihah. "Perlindungan Hukum Merek Asing Terkenal yang Bergantung pada Sistem Konstitutif di Indonesia." *Journal of Legal Research* 4, no. 1 (2022). <https://doi.org/10.15408/jlr.v4i1.22254>.
- Ferdiana, Anissa Puteri Larasati, Muhamad Amirulloh, dan Anita Afriana. "Pelindungan Hak Ekonomi terhadap Merek sebagai Boedel Pailit Dikaitkan dengan Urgensi Valuasi

- Merek.” *ACTA DIURNAL: Jurnal Ilmu Hukum Kenotariatan* 8, no. 2 (2025): 132–146. <https://doi.org/10.23920/acta.v8i2.1902>.
- Gennaro, Fabio, Melsa Oktapiansyah, Fitri Novianti, dan Putri Pribby Trada. “Penguatan Perlindungan Merek Dagang di Era Digital: Analisis Normatif Yuridis terhadap Efektivitas Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 dan Implikasinya terhadap E-Commerce.” *Jurnal Penelitian Multidisiplin Bangsa* 2, no. 8 (2025): 1492–1500.
- Handoyo, Selvy, dan Suyud Margono. “Penerapan Merek Terdaftar Tidak Digunakan (Non-Use Marks) Analisis Kasus antara Inter IKEA System BV dan PT Ratania Khatulistiwa Putusan Mahkamah Agung No. 264 K/Pdt.Sus-HKI/2015.” *Jurnal Hukum Adigama* 1, no. 2 (2019). <https://doi.org/10.24912/adigama.v1i2.2931>.
- Intara, Panern, dan Nittikorn Suwansin. “Intangible Assets, Firm Value, and Performance: Does Intangible-Intensive Matter?” *Cogent Economics & Finance* 12, no. 1 (2024). <https://doi.org/10.1080/23322039.2024.2375341>.
- Kennedy, Alexander, dan Franciscus Xaverius Wartoyo. “Perlindungan Merek Dagang pada Platform E-Commerce di Indonesia Ditinjau dari Perspektif HAM.” *JIPRO: Journal of Intellectual Property* 7, no. 2 (2024). <https://doi.org/10.20885/jipro.vol7.iss2.art1>.
- Kurniati, Grasia. “Trademark Registration Law as an Effort to Face the Growth of the Digital Economy.” *Jurnal Independent* 11, no. 1 (2023): 264–277. <https://doi.org/10.30736/ji.v11i1.174>.
- Maulana, Insan Budi. *Sukses Bisnis melalui Merek, Paten & Hak Cipta*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2019.
- Mayana, Ranti Fauza. “Perlindungan Merek Non Tradisional untuk Produk Ekonomi Kreatif Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek, Indikasi Geografis dan Perspektif Perbandingan Hukum.” *Jurnal Bina Mulia Hukum* 2, no. 1 (2017): 26–41. <https://doi.org/10.23920/jbmh.v2n1.3>.
- Noor, Tajuddin, dan Suhaila Zulkifli. “Pembiayaan Berbasis Kekayaan Intelektual dengan Jaminan Fidusia bagi Pelaku Ekonomi Kreatif.” *Jurnal Rectum: Tinjauan Yuridis Penanganan Tindak Pidana* 5, no. 1 (2023): 665–682. <https://doi.org/10.46930/jurnalrectum.v5i1.2765>.
- Novita, Yustina Dhian, dan Budi Santoso. “Urgensi Pembaharuan Regulasi Perlindungan Konsumen di Era Bisnis Digital.” *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia* 3, no. 1 (2021): 46–58. <https://doi.org/10.14710/jphi.v3i1.46-58>.
- Nurhayati, Yati, Ifrani, dan M. Yasir Said. “Metodologi Normatif dan Empiris dalam Perspektif Ilmu Hukum.” *Jurnal Penegakan Hukum Indonesia* 2, no. 1 (2021): 1–20. <https://doi.org/10.51749/jphi.v2i1.14>.
- Pambudhi, Farrel Anhar Priagung. “Perlindungan Hukum terhadap Inovasi Disruptif dalam Era Digital.” *Jurnal Hukum Positum* 10, no. 1 (2024). <https://doi.org/10.35706/positum.v10i1.11067>.
- Purnamasari, Intan. “Perlindungan Hukum terhadap Merek Terkenal di Indonesia (Studi Kasus Putusan MA Nomor 264K/Pdt.Sus-HKI/2015).” *Jurnal Ilmu Hukum: Alethea* 2, no. 1 (2018): 1–16. <https://doi.org/10.24246/alethea.vol2.no1.p1-16>.
- Santika, Dionisia Nadya Dyah, Hendro Saptono, dan Mas’ut. “Analisa Hukum terhadap Perlindungan Merek Terkenal yang Dianggap sebagai ‘Merek Non-Use’.” *Diponegoro Law Journal* 14, no. 2 (2025). <https://doi.org/10.14710/dlj.2025.49667>.
- Semaun, Syahriyah. “Perlindungan Hukum terhadap Merek Perdagangan Barang dan Jasa.” *Jurnal Hukum Diktum* 14, no. 1 (2016). <https://doi.org/10.35905/diktum.v14i1>.

- Shabillia, Larasta, dan Budi Santoso. "Analisis Yuridis terhadap Pembiayaan Berbasis Kekayaan Intelektual dalam Ekosistem Ekonomi Kreatif di Indonesia." *Al-Manhaj: Jurnal Hukum dan Pranata Sosial Islam* 5, no. 1 (2023): 737–746. <https://doi.org/10.37680/almanhaj.v5i1.2871>.
- Soekanto, Soerjono, dan Sri Mamudji. *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*. Cet. ke-19. Depok: Rajawali Pers, 2019.
- Sudjana, U. "Kepastian Hukum dalam Efektivitas Perlindungan Merek dan Indikasi Geografis di Indonesia." *Jurnal Ilmiah Hukum De'Jure: Kajian Ilmiah Hukum* 4, no. 2 (2019): 170–180. <https://doi.org/10.35706/dejure.v4i2.3499>.
- Thio, Ricky, Rio Christiawan, dan Wagiman Wagiman. "Trademark Law in the Digital Age: Challenges and Solutions for Online Brand Protection." *Global International Journal of Innovative Research* 2, no. 4 (2024): 710–721. <https://doi.org/10.59613/global.v2i4.125>.
- Wiraguna, S. "Metode Normatif dan Empiris dalam Penelitian Hukum: Studi Eksploratif di Indonesia." *Public Sphere: Jurnal Sosial Politik, Pemerintahan dan Hukum* 3, no. 3 (2024). <https://doi.org/10.59818/jps.v3i3.1390>.