



Perbandingan Peraturan Merek Terkenal antara Indonesia dan Filipina

Triyanti^{1*}, Fokky Fuad²

^{1,2} Universitas Al Azhar, Jakarta, Indonesia

*Corresponding Author: tree_yanty@yahoo.com

Info Artikel

Direvisi, 20/10/2025

Diterima, 04/01/2026

Dipublikasi, 10/01/2026

Kata Kunci:

Merek Terkenal;
Perlindungan Hukum;
Indonesia; Filipina;

Abstrak

Penelitian ini mengkaji perbandingan perlindungan hukum terhadap merek terkenal di Indonesia dan Filipina. Metode yang digunakan adalah yuridis normatif dengan pendekatan komparatif, melalui analisis undang-undang, regulasi administratif, dan putusan pengadilan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Indonesia menegaskan status well-known mark melalui mekanisme yudisial ex post berdasarkan UU No. 20 Tahun 2016 dan Permenkumham No. 67 Tahun 2016. Sebaliknya, Filipina menyediakan mekanisme administratif ex ante melalui RA 8293 dan IPOPHL Memorandum Circular No. 2025-009. Perbedaan ini membuat perlindungan di Indonesia cenderung kasuistik dan berbasis sengketa, sementara di Filipina lebih preventif dan terstruktur. Perbedaan ini menunjukkan bahwa perlindungan di Indonesia cenderung kasuistik, memakan waktu dan biaya litigasi, sedangkan di Filipina lebih cepat, terstruktur, dan memberikan kepastian ex-ante bagi pemilik merek. Penelitian ini menyimpulkan bahwa meskipun keduanya telah mengadopsi standar Paris Convention dan TRIPS, efektivitas perlindungan masih memerlukan penguatan regulasi dan konsistensi implementasi, terutama dalam menghadapi tantangan perdagangan digital dan lintas negara.

Abstract

This study examines the comparative legal protection of well-known trademarks in Indonesia and the Philippines. The research method employed is a normative juridical approach with a comparative component, analyzing statutes, administrative regulations, and court decisions. The findings indicate that Indonesia affirms the status of well-known marks primarily through an ex post judicial mechanism, as regulated under Law No. 20 of 2016 and Minister of Law and Human Rights Regulation No. 67 of 2016. In contrast, the Philippines provides an ex ante administrative mechanism through Republic Act No. 8293 and IPOPHL Memorandum Circular No. 2025-009, enabling preventive recognition and registration of well-known marks. These differences demonstrate that protection in Indonesia tends to be case-based, time-consuming, and litigation-oriented. In contrast, in the Philippines, it is faster, more structured, and provides ex-ante certainty for trademark owners. The study concludes that although both jurisdictions have adopted the standards of the Paris Convention and TRIPS, the effectiveness of protection still requires stronger regulation and consistent enforcement, particularly in addressing the challenges of digitalization and cross-border trade.

Keywords:

Well-known
Trademarks, Legal
Protection, Indonesia,
Philippines

PENDAHULUAN

Perlindungan terhadap merek terkenal merupakan bentuk pengakuan hukum yang diberikan kepada merek yang telah memiliki reputasi luas dan dikenal signifikan oleh masyarakat, baik di tingkat nasional maupun internasional. Merek terkenal memiliki kedudukan istimewa karena bukan hanya berfungsi sebagai identitas komersial, tetapi juga sebagai simbol kepercayaan dan nilai strategis yang melekat di hati konsumen (Lobo &

Wauran, 2021). Oleh sebab itu, cakupan perlindungan hukum terhadap merek terkenal tidak hanya terbatas pada produk atau jasa yang sejenis, melainkan juga meluas pada produk atau jasa lain yang berbeda guna mencegah terjadinya eksploitasi yang merugikan. Perlindungan ini bertujuan untuk menghindari kebingungan konsumen sekaligus menjaga reputasi dan citra pemilik merek dari penyalahgunaan oleh pihak lain (Azis & Hermono, 2023).

Dari sudut pandang hukum, perlindungan terhadap merek terkenal menjadi krusial karena merek tidak hanya berfungsi sebagai tanda pengenal, tetapi juga sebagai instrumen kompetisi yang menentukan daya saing bisnis di pasar global. Bagi perusahaan multinasional, memahami dan memanfaatkan sistem hukum perlindungan merek di berbagai yurisdiksi merupakan langkah penting untuk memastikan eksistensi serta eksklusivitas merek terkenalnya agar tidak disalahgunakan.

Di Indonesia, dasar hukum perlindungan merek terkenal diatur dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Pasal 21 ayat (1) mengatur larangan bagi pihak lain untuk mendaftarkan merek yang memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek terkenal, baik untuk barang atau jasa yang sejenis maupun tidak sejenis. Ketentuan lebih lanjut diperjelas dalam Peraturan Menteri Hukum dan HAM No. 67 Tahun 2016, yang memuat mekanisme pemeriksaan dan kriteria untuk menentukan suatu merek dapat dikategorikan sebagai merek terkenal. Pengaturan ini mencerminkan harmonisasi dengan prinsip perlindungan merek terkenal yang juga diakui oleh hukum internasional, khususnya *Paris Convention for the Protection of Industrial Property*.

Namun, sejumlah penelitian mengungkapkan adanya kelemahan dalam implementasi. Penelitian Chandra, Santoso, & Sukma (2020) menunjukkan bahwa merek asing yang belum terdaftar di Indonesia masih menghadapi tantangan perlindungan, meskipun prinsip *well-known marks* diakui dalam hukum internasional. Kasus sengketa merek KEEN menjadi ilustrasi bahwa perlindungan yang diberikan masih belum sepenuhnya sejalan dengan standar internasional.

Di Filipina, perlindungan merek terkenal diatur dalam Intellectual Property Code of the Philippines (Republic Act No. 8293). Ketentuan ini diperkuat dengan Memorandum Circular IPOPCL No. 2025-009, yang memberikan pedoman khusus dalam mekanisme perlindungan merek terkenal. Regulasi tersebut menegaskan bahwa merek terkenal dilindungi meskipun tidak terdaftar, sepanjang dapat dibuktikan reputasi dan pengenalannya di kalangan konsumen.

Perbedaan utama antara Indonesia dan Filipina terletak pada aspek administratif dan implementatif. Sistem di Filipina cenderung memberikan ruang lebih besar bagi pengakuan merek terkenal asing yang belum terdaftar, sejalan dengan kewajiban internasional dalam *Paris Convention* dan *TRIPS Agreement*. Hal ini berbeda dengan Indonesia yang lebih ketat menerapkan prinsip *first to file*, sehingga pendaftaran menjadi syarat mutlak untuk perlindungan, meskipun merek tersebut telah dikenal luas.

Sejumlah kajian hukum menunjukkan masih adanya kendala dalam memberikan perlindungan terhadap merek terkenal, khususnya yang belum terdaftar secara resmi di suatu negara. Salah satu kajian penting dilakukan oleh Penelitian oleh Dendy Widya Chandra, Budi Santoso, dan Novira Maharani Sukma berjudul "Perlindungan Merek Terkenal Asing yang Belum Terdaftar di Indonesia (Studi Kasus Sengketa Merek KEEN)" mengkaji tantangan perlindungan merek asing yang belum terdaftar di Indonesia. Di bawah UU No. 15/2001, perlindungan hanya berlaku selama lima tahun, memungkinkan pihak lain mengklaim hak atas merek. Pendekatan ini dinilai bertentangan dengan prinsip perlindungan merek terkenal dalam Konvensi Paris, yang mengharuskan pembatalan pendaftaran yang diajukan dengan itikad tidak baik. Penelitian ini menyarankan agar regulasi nasional disesuaikan dengan standar internasional untuk memperkuat perlindungan hukum. UU No. 20/2016 memberikan

arah baru yang lebih sejalan dengan hukum internasional, terutama dalam sengketa merek seperti KEEN (Chandra, Santoso, & Sukma, 2020).

Selanjutnya, penelitian oleh Shellen Dhea Af Gaumi dan Rudy Hartono berjudul *Analisis Hukum Sengketa Merek Dagang Geprek Bensu Berdasarkan Asas Kepastian Hukum (Studi Kasus Putusan No. 196/G/2020/PTUN-JKT)* menemukan bahwa asas kepastian hukum sangat penting dalam penyelesaian sengketa merek dagang. Penelitian ini mengkaji penerapan asas tersebut dalam sengketa antara PT Ayam Geprek Benny Sudjono dengan pemilik merek Geprek Bensu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa putusan yang mendukung PT Ayam Geprek Benny Sudjono memperkuat posisi hukum mereka dalam melindungi merek, serta menekankan perlunya regulasi yang lebih komprehensif untuk mengurangi potensi sengketa, termasuk dalam hal indikasi geografis dan keabsahan pendaftaran merek (Gaumi & Hartono, 2022).

Lebih lanjut, penelitian mengenai *Penerapan Prinsip First to File dalam Sengketa Merek Terkenal* oleh Damar Ramadhanna Tanjung, Rinitami Njatrijani, dan Bagus Rahmada mengkaji sistem pendaftaran merek di Indonesia yang mengadopsi prinsip *first to file*, memberikan hak eksklusif kepada pihak pertama yang mendaftar tanpa mempertimbangkan ketenaran merek sebelumnya. Penelitian ini menganalisis penerapan prinsip tersebut dalam sengketa merek terkenal, seperti kasus "Superman" antara DC Comics dan PT Marxing Fam Makmur. Penelitian ini membahas perlindungan hukum preventif dan represif terhadap merek, serta mengidentifikasi celah hukum di sistem *first to file* yang memungkinkan pihak tidak berhak mendaftarkan merek terkenal. Penelitian ini juga menekankan perlunya regulasi tambahan untuk mencegah penyalahgunaan dan melindungi kepentingan hukum, serta pentingnya keseimbangan antara kepastian hukum dan perlindungan merek terkenal (Tanjung, Njatrijani, & Rahmada, 2023).

Penelitian-penelitian sebelumnya mengenai merek terkenal pada umumnya berfokus pada tiga hal utama. Pertama, membahas tantangan perlindungan merek asing yang belum terdaftar di Indonesia, terutama ketika terjadi pendaftaran beritikad tidak baik. Kedua, menyoroti pentingnya asas kepastian hukum dalam penyelesaian sengketa merek, termasuk bagaimana pengadilan menilai persamaan merek dan potensi kebingungan konsumen. Ketiga, mengkaji penerapan prinsip *first to file* yang memberi hak eksklusif kepada pihak yang pertama mendaftarkan merek, meskipun merek tersebut sudah dikenal luas sebelumnya. Fokus ini menunjukkan bahwa isu utama masih berkisar pada ketidaksesuaian regulasi dengan standar internasional, lemahnya perlindungan bagi merek asing yang belum terdaftar, serta potensi penyalahgunaan sistem pendaftaran.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang hanya menitikberatkan pada konteks Indonesia, penelitian ini menghadirkan perspektif baru dengan melakukan perbandingan sistem perlindungan merek terkenal antara Indonesia dan Filipina. Pendekatan lintas negara ini penting karena dapat menunjukkan bagaimana perbedaan mekanisme hukum dan administrasi berdampak pada perlindungan merek, khususnya bagi merek asing yang belum terdaftar. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menggambarkan kelemahan yang ada, tetapi juga menawarkan wawasan komparatif yang dapat menjadi dasar rekomendasi kebijakan bagi Indonesia agar lebih selaras dengan praktik internasional.

Rumusan masalah dalam penelitian ini dirumuskan dalam pertanyaan sederhana, yaitu: bagaimana perbandingan sistem perlindungan hukum terhadap merek terkenal antara Indonesia dan Filipina? Pertanyaan ini menjadi dasar untuk menganalisis perbedaan pengaturan, mekanisme penerapan, serta implikasi dari masing-masing sistem hukum dalam memberikan perlindungan terhadap merek terkenal.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran komprehensif mengenai kelebihan dan kekurangan sistem perlindungan merek terkenal di kedua negara. Hasil analisis perbandingan ini tidak hanya memperluas wawasan akademik, tetapi juga dapat menjadi

rujukan praktis dalam merumuskan kebijakan yang lebih efektif dan sesuai dengan standar internasional untuk memperkuat perlindungan merek terkenal di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif dengan pendekatan komparatif, karena kajian difokuskan pada analisis norma hukum tertulis di Indonesia dan Filipina serta perbandingan penerapannya dalam memberikan perlindungan terhadap merek terkenal. Bahan hukum yang digunakan meliputi bahan hukum primer berupa peraturan perundang-undangan, regulasi administratif, dan putusan pengadilan yang relevan di kedua negara. Sementara itu, bahan hukum sekunder mencakup literatur ilmiah, buku, dan artikel jurnal yang mendukung analisis. Metode perbandingan diterapkan untuk menelaah ketentuan hukum terkait prinsip pendaftaran (*first to file*), pengakuan terhadap merek terkenal yang belum terdaftar, serta perlindungan dari penggunaan tanpa izin. Seluruh data dianalisis secara deskriptif kualitatif dengan pendekatan deduktif untuk menarik kesimpulan mengenai persamaan, perbedaan, serta implikasi dari sistem hukum kedua negara dalam konteks perlindungan merek terkenal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaturan Perlindungan Merek Terkenal di Indonesia

Sistem hukum merek di Indonesia menganut asas konstitutif dengan prinsip *first to file*. Artinya, hak eksklusif atas merek baru lahir setelah dilakukan pendaftaran, bukan semata-mata dari penggunaan pertama. Hal ini ditegaskan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU 20/2016) yang menegaskan bahwa pendaftaran merek berlaku secara teritorial, terbatas pada wilayah hukum Indonesia. Prinsip ini membentuk kerangka dasar dalam perlindungan hukum merek sekaligus menentukan arah penyelesaian sengketa, termasuk ketika yang disengketakan adalah merek yang telah berstatus terkenal (*well-known marks*). Prinsip *first to file* memberikan kepastian hukum bagi pelaku usaha karena siapa yang mendaftarkan lebih dahulu, dialah yang berhak atas perlindungan hukum. Namun, dalam konteks merek terkenal, prinsip ini mendapat pengecualian, karena reputasi merek tersebut dapat melampaui batas-batas formal pendaftaran.

Pasal 21 UU 20/2016 memberikan perlindungan khusus terhadap merek terkenal dengan melarang pendaftaran tanda yang memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek terkenal. Larangan ini berlaku bukan hanya untuk barang atau jasa yang sejenis, tetapi juga dapat diperluas terhadap barang/jasa yang tidak sejenis apabila terdapat indikasi adanya hubungan (*connection*) yang menimbulkan kesan asosiasi pada konsumen dan berpotensi merugikan pemilik merek terkenal. Ketentuan teknis mengenai larangan ini diperinci dalam Peraturan Menteri Hukum dan HAM Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek, yang kemudian diperbarui dengan Permenkumham No. 12 Tahun 2021. Regulasi ini memberikan pedoman bagi pemeriksa merek di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) untuk menolak permohonan pendaftaran yang bermaksud menumpang atau mengeksploitasi reputasi merek terkenal. Untuk menentukan apakah suatu merek dapat dikategorikan sebagai “terkenal”, Permenkumham 67/2016 merumuskan sejumlah faktor evaluatif. Indikator ini dinilai secara komulatif dan kasuistik, meliputi:

- a) Tingkat pengetahuan atau pengakuan publik terhadap merek tersebut.
- b) Volume penjualan produk/jasa dengan merek dimaksud.
- c) Pangsa pasar yang dikuasai.
- d) Jangkauan dan lamanya penggunaan merek.
- e) Intensitas kegiatan promosi dan pemasaran.
- f) Bukti pendaftaran merek di berbagai negara lain.

- g) Keberhasilan pemilik dalam menegakkan hak merek melalui proses hukum.
- h) Nilai ekonomi, reputasi, serta kualitas barang/jasa yang melekat pada merek.

Faktor-faktor tersebut memperlihatkan bahwa status merek terkenal bukanlah konsep abstrak, melainkan harus dibuktikan secara konkret berdasarkan fakta pasar dan pengakuan publik.

Pengaturan perlindungan merek terkenal di Indonesia tidak dapat dilepaskan dari komitmen internasional. Dua instrumen utama yang menjadi rujukan adalah:¹

1. Paris Convention (Pasal 6bis) yang wajibkan negara anggota melindungi merek terkenal meskipun belum didaftarkan.
2. *Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights* (TRIPS) Pasal 16 ayat (2)–(3) yang memperluas perlindungan merek terkenal tidak hanya untuk barang/jasa sejenis, tetapi juga untuk yang tidak sejenis, apabila menimbulkan kesan hubungan dan dapat merugikan pemilik merek.

Dengan demikian, hukum nasional Indonesia dirancang selaras dengan prinsip-prinsip internasional, sehingga perlindungan merek terkenal bersifat lintas batas (*borderless protection*) sesuai perkembangan perdagangan global.

Berbeda dengan beberapa negara yang telah memiliki daftar administratif khusus merek terkenal, Indonesia sampai saat ini belum mengadopsinya. Status merek terkenal umumnya dipastikan melalui:

1. Tahap pemeriksaan substantif di DJKI di mana pemeriksa dapat menolak permohonan pendaftaran apabila ditemukan adanya konflik dengan merek terkenal.
2. Putusan pengadilan (Pengadilan Niaga atau Mahkamah Agung) terutama dalam perkara pembatalan merek atau gugatan pelanggaran.

Karena itu, pengakuan terhadap merek terkenal di Indonesia cenderung bersifat kasus per kasus (*case-by-case*) dan lebih banyak diputuskan secara *ex post* setelah terjadi sengketa. Kondisi ini menimbulkan tantangan konsistensi dalam penegakan hukum, terutama terkait beban pembuktian reputasi merek.

Secara normatif, Indonesia telah menyediakan instrumen hukum yang memadai dalam perlindungan merek terkenal, baik melalui UU 20/2016 maupun peraturan pelaksananya yang sejalan dengan standar internasional. Namun, karakter pengakuan yang kasuistik dan *ex post* membuat perlindungan merek terkenal di Indonesia masih menghadapi problem efektivitas, khususnya dalam aspek pembuktian reputasi dan konsistensi putusan.

Pengaturan Perlindungan Merek Terkenal di Filipina

Perlindungan hukum terhadap merek terkenal di Filipina berakar pada Republic Act No. 8293 atau *Intellectual Property Code of the Philippines* (selanjutnya: RA 8293). Undang-undang ini secara eksplisit merumuskan tiga pilar penting:

1. Larangan pendaftaran untuk barang/jasa sejenis Pasal 123.1(e) RA 8293 melarang pendaftaran merek yang identik atau menyerupai dengan merek terkenal untuk barang atau jasa yang sejenis.
2. Perluasan ke barang/jasa tidak sejenis Pasal 123.1(f) melarang pendaftaran merek identik/serupa meskipun untuk barang atau jasa yang tidak sejenis, sepanjang terdapat indikasi hubungan (*connection*) yang menyesatkan konsumen dan berpotensi merugikan pemilik merek terkenal.

¹ World Trade Organization, *Uruguay Round Agreement: TRIPS – Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights*, Part II, Section 2: Trademarks, Articles 15–21. Available at: https://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/27-trips.pdf

3. Ekstensi hak lintas kelas Pasal 147.2 memberi pemilik merek terkenal yang terdaftar hak eksklusif yang melampaui batas kelas barang/jasa tertentu, sehingga perlindungan berlaku lebih luas dibanding merek biasa.

Dengan demikian, RA 8293 menjadi instrumen normatif yang menyalurkan prinsip-prinsip *well-known marks* sebagaimana tercantum dalam Paris Convention Pasal 6bis dan TRIPS Agreement Pasal 16(2)–(3) ke dalam hukum positif Filipina.

Perlindungan merek terkenal di Filipina tidak hanya bertumpu pada norma tertulis, tetapi juga pada perkembangan yurisprudensi. Putusan penting *Levi Strauss & Co. v. Clinton Apparelle, Inc.* (2005) menjadi tonggak karena Mahkamah Agung Filipina menegaskan adopsi doktrin trademark dilution.² Doktrin ini melindungi merek terkenal dari pelemahan daya pembeda (*blurring*) dan pencemaran reputasi (*tarnishment*), meskipun tidak terdapat kebingungan langsung di kalangan konsumen. Dengan kata lain, merek terkenal tetap dilindungi walaupun tidak terbukti adanya persaingan atau persamaan barang/jasa yang bisa menimbulkan *likelihood of confusion*. Sejak saat itu, doktrin *dilution* terus dirujuk dalam putusan-putusan berikutnya, memperkaya perangkat perlindungan merek terkenal di luar uji kebingungan klasik.³ Hal ini menunjukkan keberanian yudikatif Filipina dalam memperluas cakupan perlindungan, sehingga reputasi merek benar-benar dijaga dari segala bentuk eksploitasi yang tidak adil.

Mulai 28 April 2025, melalui IPOPHL *Memorandum Circular No. 2025-009*, Filipina memperkenalkan mekanisme baru berupa prosedur administratif non-adversarial (*ex-parte*) untuk deklarasi status merek terkenal. Dalam kebijakan ini, terbentuk pula Register of Well-Known Marks yang menjadi basis data resmi mengenai daftar merek terkenal yang diakui. Inovasi ini membawa perubahan signifikan karena sebelumnya pengakuan terhadap merek terkenal cenderung bersifat kasuistik dan *ex post* melalui litigasi di pengadilan. Dengan adanya *register*, kini perlindungan dapat bersifat *ex-ante*, yakni memberi kepastian hukum bagi pemeriksa merek untuk menolak sejak dini permohonan pendaftaran yang bermaksud menumpang reputasi pihak lain.⁴

Deklarasi merek terkenal yang diterbitkan IPOPHL memiliki jangka waktu 10 (sepuluh) tahun sejak tanggal diterbitkan dan dapat diperbarui. Namun, perlindungan pada prinsipnya dapat berlangsung seterusnya sepanjang pemilik tetap melakukan pemeliharaan dan pemantauan reputasi.⁵ Selain itu, daftar resmi *Well-Known Marks* dipublikasikan secara terbuka di situs IPOPHL, sehingga masyarakat maupun pihak yang hendak mendaftarkan merek baru dapat melakukan pengecekan awal. Mekanisme ini memberi transparansi sekaligus meningkatkan efektivitas pencegahan sengketa.

Sebelum hadirnya inovasi administratif 2025, pengakuan merek terkenal banyak ditentukan melalui putusan pengadilan. Serangkaian perkara *Shangri-La* di Mahkamah Agung (2006) menjadi ilustrasi penting, di mana pengadilan menegaskan bobot reputasi global merek “*Shangri-La*” dan menolak pendaftaran oleh pihak lokal yang berusaha

² Supreme Court of the Philippines. (2005, September 20). *Levi Strauss & Co. and Levi Strauss (Phils.), Inc. v. Clinton Apparelle, Inc.* G.R. No. 138900. Lawphil. Retrieved from https://lawphil.net/judjuris/juri2005/sep2005/gr_138900_2005.html

³ Ernest Luigi A. Manzanares. (2025, January 14). *Trademark dilution an option for famous brands*. Asia Business Law Journal. Retrieved from <https://law.asia/trademark-dilution-filipino-famous-brands>

⁴ Baker McKenzie. (2025, April 15). *Philippines: New system for the declaration and registration of well-known marks launched*. InsightPlus. Retrieved from <https://insightplus.bakermckenzie.com/bkphilippines/ip/philippines-new-system-for-the-declaration-and-registration-of-well-known-marks-launched>

⁵ Intellectual Property Office of the Philippines (IPOPHL). (2025). *Well-known marks: Rules and regulations for the declaration and creation of the register of well-known marks (Memorandum Circular No. 2025-009)*. GOVPH. Retrieved from <https://www.ipophil.gov.ph/well-known-marks>

membonceng popularitas tersebut.⁶ Putusan ini memperlihatkan bahwa pengadilan Filipina sejak awal telah menempatkan reputasi global sebagai basis perlindungan, sekalipun dalam kerangka hukum positif belum tersedia mekanisme *register*. Kini, dengan adanya skema administratif 2025, perlindungan semacam ini dapat lebih sistematis dan prediktif.

Secara normatif, perlindungan merek terkenal di Filipina berakar pada RA 8293 yang menyalurkan standar Paris Convention dan TRIPS. Perkembangan yurisprudensi, khususnya adopsi doktrin *dilution*, memperluas perlindungan merek terkenal melampaui uji kebingungan klasik. Inovasi terbaru melalui IPOPHL MC No. 2025-009 dengan pembentukan *Register of Well-Known Marks* menjadi tonggak penting yang menggeser paradigma perlindungan dari *ex post* menuju *ex ante*, sehingga memberikan kepastian hukum yang lebih kuat bagi pemilik merek terkenal.

Perbandingan Sistem Perlindungan Merek Terkenal di Indonesia dan Filipina

Baik Indonesia maupun Filipina pada dasarnya sama-sama berlandaskan pada *Paris Convention* Pasal 6bis dan *TRIPS Agreement* Pasal 16 ayat (2) - (3). Kedua instrumen internasional ini menegaskan bahwa perlindungan terhadap merek terkenal tidak mensyaratkan pendaftaran di negara tujuan, serta perlindungan dapat meluas ke barang/jasa yang tidak sejenis apabila terdapat indikasi koneksi yang menyesatkan dan berpotensi merugikan pemilik merek terkenal. Prinsip ini diadopsi dalam hukum nasional masing-masing negara, dan berfungsi sebagai dasar normatif untuk menolak pendaftaran baru maupun melarang penggunaan merek yang berusaha menumpang reputasi pihak lain. Dengan demikian, secara konseptual kedua negara menunjukkan komitmen yang sama dalam menyelaraskan rezim mereknya dengan standar internasional.

Perbedaan paling signifikan muncul dalam desain kelembagaan pengakuan merek terkenal. Indonesia menerapkan pendekatan yang bersifat kasuistik dan yudisial (*ex post*). Status merek terkenal pada umumnya “dikristalkan” melalui putusan pengadilan (misalnya dalam perkara pembatalan atau gugatan perdata), atau melalui office action ad hoc oleh pemeriksa DJKI ketika menolak permohonan yang dianggap menumpang reputasi. Tidak ada mekanisme pendaftaran khusus yang secara administratif menegaskan status “well-known”. Konsekuensinya, kepastian hukum baru hadir setelah adanya sengketa atau tindakan administratif tertentu.

Sebaliknya, Filipina telah memperkenalkan mekanisme *ex ante* melalui Memorandum Circular No. 2025-009 yang melahirkan jalur deklarasi administratif non-adversarial dan *Register of Well-Known Marks*. Sistem ini memungkinkan pemilik merek untuk secara proaktif memperoleh pengakuan resmi sebelum sengketa muncul. Status tersebut kemudian berfungsi sebagai rujukan pemeriksa dalam memutus permohonan baru dan menjadi alat bukti prima facie dalam proses oposisi maupun pembatalan. Perbedaan arsitektur ini membuat biaya dan ketidakpastian litigasi di Indonesia relatif lebih tinggi, sementara Filipina menyediakan kepastian *ex ante* yang lebih efisien (JDIH DGIP; IPOPHL).

Dalam konteks Indonesia, beban pembuktian reputasi sepenuhnya berada di pihak pemilik merek. Hal ini merujuk pada Permenkumham No. 67 Tahun 2016 (jo. Permenkumham No. 12 Tahun 2021), yang menetapkan sejumlah faktor evaluatif, seperti: volume dan nilai penjualan, pangsa pasar, intensitas promosi, pendaftaran internasional, pengakuan otoritas, hingga keberhasilan penegakan hukum. Artinya, setiap kali terjadi sengketa atau proses pemeriksaan, pemilik merek harus menghadirkan kembali bukti-bukti reputasi tersebut secara komprehensif.

⁶ Supreme Court of the Philippines. (2006, March 31). *Shangri-La International Hotel Management, Ltd., Shangri-La Properties, Inc., Makati Shangri-La Hotel & Resort, Inc., and Kuok Philippines Properties, Inc. v. Developers Group of Companies, Inc.*, G.R. No. 159938. Lawphil. Retrieved from https://lawphil.net/judjuris/juri2006/mar2006/gr_159938_2006.html

Di Filipina, setelah suatu merek memperoleh *declaration of well-known status* dan tercatat dalam *Register of Well-Known Marks*, status tersebut menjadi prima facie evidence yang mempermudah pemeriksaan serta memperingan beban pembuktian dalam oposisi atau gugatan. Namun, pemilik merek tetap memiliki kewajiban untuk memelihara reputasi dengan penggunaan yang konsisten, serta melakukan perpanjangan deklarasi setiap 10 tahun. Dengan demikian, sistem Filipina tidak hanya memberikan kepastian awal, tetapi juga memastikan reputasi merek benar-benar dipelihara secara berkelanjutan (JDIH DGIP; IPOPHL).

Dalam praktiknya, Indonesia menghadapi tantangan besar akibat tidak adanya register administratif merek terkenal. Hal ini membuat pengakuan reputasi hanya bisa diperoleh melalui litigasi panjang dan mahal, dengan pembuktian yang berat dan terkadang inkonsisten antar putusan pengadilan. Kajian akademik periode 2023–2025 menyoroti bahwa kondisi ini membuat efektivitas perlindungan merek terkenal di Indonesia masih jauh dari optimal, meskipun kerangka normatif sudah selaras dengan standar internasional.

Sebaliknya, Filipina mendapatkan keuntungan dari hadirnya kanal administratif *ex ante* serta pengakuan doktrin trademark dilution oleh Mahkamah Agung. Hal ini menambah lapisan perlindungan bagi merek terkenal, karena pemilik dapat melarang penggunaan yang melemahkan daya pembeda merek meskipun tidak menimbulkan kebingungan konsumen secara langsung. Namun, tantangan yang dihadapi Filipina adalah memastikan bahwa *Register of Well-Known Marks* dikelola secara hati-hati, agar tidak menjadi inflasioner dan tetap berbasis pada data pasar yang objektif.

Secara prinsipil, baik Indonesia maupun Filipina telah mengintegrasikan standar internasional dalam perlindungan merek terkenal. Namun, perbedaan desain arsitektur dan pembagian beban pembuktian membuat tingkat efektivitas perlindungan di kedua negara sangat berbeda. Indonesia masih terjebak dalam pola *ex post* yang mahal dan tidak pasti, sementara Filipina menempuh jalur *ex ante* dengan deklarasi administratif dan register resmi yang memberikan kepastian lebih dini, meski tetap menuntut tata kelola yang ketat.

Tabel 1. Perbandingan Perlindungan Merek Terkenal Indonesia – Filipina

Aspek	Persamaan (Indonesia–Filipina)	Perbedaan (Indonesia)	Perbedaan (Filipina)
Dasar Hukum & Prinsip	Sama-sama mengatur merek terkenal dalam UU nasional; adopsi Paris Convention Pasal 6bis & TRIPS Pasal 16(2)–(3).	UU No. 20/2016 tentang Merek & Indikasi Geografis.	Republic Act No. 8293 (Intellectual Property Code).
Lingkup Perlindungan	Sama-sama melindungi merek terkenal bahkan pada barang/jasa tidak sejenis bila menimbulkan koneksi & kerugian.	Perlindungan ditafsirkan kasuistik oleh hakim/majelis (ex post).	Perlindungan diperkuat lewat deklarasi administratif & register (ex ante).
Parameter Penilaian Reputasi	Sama-sama menilai melalui penjualan, pangsa pasar, promosi, pendaftaran internasional, rekognisi publik.	Harus dibuktikan tiap kali sengketa sesuai faktor Permenkumham 67/2016.	Setelah deklarasi IPOPHL, status well-known jadi prima facie bukti dalam pemeriksaan & oposisi.
Mekanisme Pengakuan	Sama-sama mengakui peran otoritas nasional.	Tidak ada register administratif; status ditentukan lewat sengketa atau office action.	Ada Register of Well-Known Marks (IPOPHL MC 2025-009).
Instrumen Perlindungan Tambahan	Sama-sama mencegah unfair advantage & penggunaan yang merugikan reputasi.	Fokus pada uji kebingungan & reputasi; tanpa doktrin dilusi.	Adopsi doktrin dilusi (blurring/tarnishment), melindungi meski tanpa kebingungan langsung.

Efektivitas Penegakan	Sama-sama menghadapi tantangan pembuktian & konsistensi.	Cenderung panjang, biaya tinggi, dan inkonsistensi yudisial.	litigasi	Lebih efisien, ada kepastian <i>ex ante</i> , tapi perlu tata kelola register agar tidak “inflasioner”.
-----------------------	--	--	----------	---

Analisis Putusan dan Implementasi Perlindungan Merek Terkenal

Perlindungan terhadap merek terkenal di Indonesia maupun Filipina tidak hanya bergantung pada ketentuan normatif yang tercantum dalam undang-undang atau peraturan pelaksana, melainkan juga sangat dipengaruhi oleh praktik yudisial dan putusan pengadilan. Putusan-putusan pengadilan, khususnya Mahkamah Agung, berperan sentral dalam memberikan arah penafsiran terhadap konsep “merek terkenal,” menentukan sejauh mana reputasi global dapat diakui secara domestik, serta menegaskan batasan-batasan terhadap pendaftaran dengan itikad tidak baik.

Kajian terhadap praktik peradilan menjadi penting karena beberapa alasan. Pertama, Indonesia belum memiliki register administratif khusus untuk merek terkenal, sehingga status “terkenal” umumnya hanya dikristalkan dalam sengketa konkret atau dalam penolakan pendaftaran oleh DJKI. Hal ini menimbulkan beban pembuktian yang tinggi bagi pemilik merek dan menjadikan yurisprudensi sebagai sumber rujukan utama. Kedua, di Filipina, meskipun telah terdapat perkembangan normatif berupa *Register of Well-Known Marks* sejak 2025, putusan Mahkamah Agung tetap berfungsi sebagai pijakan fundamental, terutama dalam memperkenalkan doktrin-doktrin baru seperti *trademark dilution*.

Dengan demikian, analisis putusan-putusan kunci berikut ini tidak hanya memberikan gambaran mengenai implementasi hukum positif, tetapi juga memperlihatkan bagaimana standar internasional (Paris Convention dan TRIPS Agreement) diperlakukan dalam konteks nasional.

Tabel 2. Ringkas Putusan/Praktik Kunci Merek Terkenal

No.	Negara	Perkara	Inti Sengketa	Signifikansi Hukum
1.	Indonesia	DC Comics v. PT Marxing Fam Makmur (“SUPERMAN”), MA 2020	Pendaftaran lokal “SUPERMAN” untuk kelas 30/34 oleh pihak Indonesia berhadapan dengan reputasi global DC Comics.	Mahkamah Agung membatalkan pendaftaran pihak lokal, menegaskan larangan <i>bad faith filing</i> dan pengakuan reputasi global meski tanpa register administratif.
2.	Indonesia	Jollibee Foods Corp. (JFC) v. Karsino (“JOLLIBEE”), PN Niaga 2023 – MA No. 1051 K/Pdt.Sus-HKI/2023	Sengketa lintas kelas: merek restoran “JOLLIBEE” vs. pendaftaran lokal di kelas 16 (kemasan).	MA membatalkan pendaftaran lokal, menegaskan perlindungan lintas kelas bagi merek terkenal dan pentingnya reputasi serta indikasi itikad tidak baik.
3.	Indonesia	KEEN, MA No. 167 PK/Pdt.Sus-HKI/2018	Merek asing terkenal namun belum terdaftar di Indonesia.	MA mengakui perlindungan bagi merek terkenal asing meski belum terdaftar, selaras dengan Paris/TRIPS; menegaskan pencegahan <i>bad faith</i> .
4.	Filipina	Shangri-La International Hotel Management v. Developers Group of Companies, G.R. No.	Sengketa kepemilikan “Shangri-La” mark & “S” logo antara operator hotel global vs. pemilik lokal restoran.	MA Filipina menegaskan bobot reputasi global dan menutup ruang pendaftaran oportunistik, menjadi tonggak pengakuan <i>well-known</i> .

5. Filipina	159938 (2006)	<i>known marks.</i>
	Levi Strauss & Co. v. Clinton Apparelle, G.R. No. 138900 (2005)	Sengketa atas logo “Dockers & Design” vs. pendaftaran lokal “Paddocks”. MA mengadopsi doktrin <i>trademark dilution</i> (blurring/tarnishment), memperluas perlindungan merek terkenal di luar uji kebingungan tradisional.

DC Comics v. PT Marxing Fam Makmur (“SUPERMAN”) – Indonesia

Sengketa merek *SUPERMAN* memperlihatkan bagaimana Mahkamah Agung Indonesia menegaskan prinsip perlindungan merek terkenal walaupun tidak terdapat mekanisme administratif khusus. PT Marxing Fam Makmur mendaftarkan merek *SUPERMAN* untuk produk kelas 30 dan 34, padahal karakter tersebut telah lama dikenal luas sebagai bagian dari portofolio DC Comics. Putusan kasasi tahun 2020 menguatkan pembatalan pendaftaran pihak lokal dengan pertimbangan bahwa reputasi global tidak boleh ditunggangi secara oportunistik.

Kasus ini menegaskan dua poin penting. Pertama, notorietas global dapat dijadikan alasan pembatalan walaupun tidak terdapat register resmi merek terkenal di Indonesia. Kedua, pengadilan berperan sebagai filter *ex post* untuk mencegah pendaftaran dengan itikad buruk. Mekanisme semacam ini memang konsisten dengan asas *first to file* yang dianut Indonesia, namun tetap memberi ruang untuk menolak pendaftaran yang mengandung unsur *bad faith*.

Jollibee Foods Corporation (JFC) v. Karsino (“JOLLIBEE”) – Indonesia

Perkara *Jollibee* menyoroti problematika perlindungan merek terkenal lintas kelas barang/jasa. JFC menggugat pendaftaran merek *Jollibee* untuk kelas 16 (kemasan, kertas, plastik), yang secara substantif tidak berkaitan dengan layanan restoran cepat saji. Pengadilan Niaga Jakarta Pusat semula menolak gugatan dengan menekankan perbedaan kelas barang, namun Mahkamah Agung dalam putusan kasasi No. 1051 K/Pdt.Sus-HKI/2023 membatalkan putusan tersebut.

Pertimbangan MA menunjukkan dua hal penting. Pertama, perlindungan terhadap merek terkenal tidak dibatasi pada kesamaan kelas, tetapi juga meliputi potensi kebingungan dan asosiasi lintas sektor. Kedua, adanya indikasi itikad tidak baik dapat menjadi dasar kuat untuk menolak atau membatalkan pendaftaran. Secara normatif, ini konsisten dengan Pasal 21 UU 20/2016 dan faktor evaluasi dalam Permenkumham 67/2016. Kasus ini memperlihatkan pergeseran praktik peradilan Indonesia menuju pengakuan yang lebih luas atas reputasi merek lintas sektor.

KEEN (Merek Asing Belum Terdaftar) – Indonesia

Putusan Peninjauan Kembali No. 167 PK/Pdt.Sus-HKI/2018 terkait merek *KEEN* menambah kompleksitas dalam wacana perlindungan merek asing terkenal yang belum terdaftar di Indonesia. Mahkamah Agung menolak dalil kedaluwarsanya gugatan dan menegaskan bahwa prinsip perlindungan terhadap merek terkenal yang sudah dikenal luas di dunia tidak dapat dibatasi hanya pada aspek formal registrasi.

Analisis akademik terhadap putusan ini menunjukkan bahwa Mahkamah Agung berusaha menyelaraskan praktik nasional dengan ketentuan Paris Convention dan TRIPS, terutama dalam melindungi merek yang belum terdaftar secara lokal tetapi memiliki reputasi global. Dengan demikian, putusan ini menegaskan prinsip bahwa *bad faith filing* tetap dapat dibatalkan demi menjaga integritas sistem merek.

Rangkaian Perkara “Shangri-La” – Filipina

Dalam sengketa merek *Shangri-La*, Mahkamah Agung Filipina (2006) membatalkan hak eksklusif pihak lokal yang lebih dahulu mendaftarkan merek dan logo “S” di Filipina, meskipun pihak tersebut memiliki sertifikat resmi. Pengadilan menegaskan bahwa reputasi internasional yang telah dibangun sejak lama oleh jaringan hotel *Shangri-La* harus diakui dan dilindungi.

Putusan ini menjadi preseden penting yang menempatkan standar Paris Convention sebagai rujukan utama. Selain melindungi reputasi lintas batas, putusan ini mengingatkan bahwa sistem *first to file* tidak boleh digunakan untuk melanggengkan pendaftaran yang jelas-jelas membonceng ketenaran pihak lain. Kasus ini menjadi fondasi yang kemudian banyak dirujuk dalam praktik IPOPHL dan literatur hukum Filipina.

Levi Strauss & Co. v. Clinton Apparel (2005) – Filipina

Perkara *Levi Strauss* menandai tonggak penting adopsi doktrin trademark dilution di Filipina. Mahkamah Agung menegaskan bahwa perlindungan terhadap merek terkenal tidak semata bergantung pada adanya kebingungan konsumen, tetapi juga pada potensi pelemahan daya pembeda (*dilution by blurring*) maupun pencemaran reputasi (*dilution by tarnishment*).

Dengan doktrin ini, pemilik merek terkenal memperoleh lapisan perlindungan tambahan yang lebih progresif dibandingkan sistem Indonesia. Putusan ini sering dijadikan rujukan dalam perkara-perkara berikutnya, termasuk sengketa merek global lain seperti *Lacoste*. Dalam perspektif komparatif, adopsi dilusi membuat sistem Filipina lebih adaptif terhadap dinamika pasar global.

Dari kasus-kasus di atas, tampak perbedaan pola, yaitu:

- a. **Indonesia:** perlindungan merek terkenal sangat bergantung pada proses litigasi, dengan titik tekan pada pembuktian reputasi dan pembuktian itikad buruk. Meskipun Mahkamah Agung telah konsisten meluaskan cakupan perlindungan lintas kelas, ketidakpastian tetap tinggi karena belum adanya mekanisme administratif.
- b. **Filipina:** selain menegakkan standar internasional melalui yurisprudensi, sistem Filipina sejak 2025 mengadopsi jalur administratif berupa *Register of Well-Known Marks*. Ditambah dengan pengakuan terhadap doktrin dilusi, perlindungan di Filipina lebih komprehensif dan memberi kepastian hukum *ex ante*.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa walaupun kedua negara mengacu pada standar internasional yang sama (Paris Convention dan TRIPS), efektivitas perlindungan merek terkenal sangat dipengaruhi oleh desain kelembagaan dan peran peradilan di masing-masing negara.

KESIMPULAN

Perbandingan perlindungan merek terkenal di Indonesia dan Filipina menegaskan adanya titik temu sekaligus perbedaan mendasar. Kedua sistem sama-sama mengadopsi prinsip Paris Convention Pasal 6bis dan TRIPS Pasal 16(2)–(3), yang memberi ruang perlindungan lintas kelas untuk mencegah kebingungan konsumen, eksplorasi ketenaran, maupun pencemaran reputasi. Indonesia menempatkan penegasan status *well-known mark* terutama melalui mekanisme yudisial *ex post*, di mana reputasi harus dibuktikan secara ketat dalam sengketa pembatalan, oposisi, maupun gugatan, tanpa adanya register administratif khusus. Mekanisme ini memang menjaga disiplin pembuktian, tetapi menimbulkan konsekuensi biaya, waktu, dan ketidakpastian. Sebaliknya, Filipina menambahkan jalur administratif *ex ante* melalui IPOPHL, dengan skema deklarasi dan *Register of Well-Known Marks* yang berfungsi sebagai bukti prima facie serta instrumen preventif bagi pemeriksa maupun pihak ketiga. Model ini menawarkan kepastian hukum lebih awal dan berbiaya lebih

ringan, meskipun tetap memerlukan pemeliharaan berkelanjutan agar status *well-known* tidak bersifat “inflasioner”.

Secara praktis, perbedaan arsitektur ini membuat perlindungan di Indonesia cenderung kasuistik, litigatif, dan menuntut pembuktian ekstensif, sementara di Filipina bersifat lebih cepat, preventif, dan terstruktur. Namun, di kedua yurisdiksi, pemilik merek tetap diberi kewajiban proaktif untuk mendaftarkan, memperpanjang, membuktikan penggunaan, dan secara konsisten memantau potensi pelanggaran.

REFERENSI

- Afif, M. S., & Sugiyono, H. (2021). Perlindungan hukum bagi pemegang merek terkenal di Indonesia. *USM Law Review*, 4(2), 565.
- Azis, A. C., Zetiah, R., & Hermono, B. (2023). Analisis yuridis putusan hakim bagi pemegang merek dagang Polo Ralph Lauren di Indonesia (Putusan Nomor 614 K/Pdt.Sus-HKI/2023). *Novum: Jurnal Hukum SPK*, 22, 326–388.
- Aryani, E. (n.d.). Pelanggaran hak atas merek dan mekanisme penyelesaiannya di Indonesia. *Wacana Hukum*, 10(1), 117–132.
- Bello, M. C. (2022). *Filipino intellectual property laws and regulations*. Manila: University of Philippines Press.
- Cabrera, A. J., & Velez, R. D. (2020). Trademark protection in the Philippines. *Asian Law Journal*, 12(1), 25–38.
- Chandra, D. W., Santoso, B., & Sukma, N. M. (2020). Perlindungan merek terkenal asing yang belum terdaftar di Indonesia (Studi kasus sengketa merek KEEN). *Notarius*, 13(1), 312–326.
- Gaumi, S. D. A., & Hartono, R. (2022). Analisa hukum sengketa merek dagang Geprek Bensu berdasarkan asas kepastian hukum (Studi kasus Putusan No. 196/G/2020/PTUN-JKT). *Jurnal Darma Agung*, 30(2), 75–90.
- Hans, C., & Kansil, C. S. T. (2023). Analisis bentuk perlindungan hukum terhadap penggunaan merek pada kelas barang dan jasa yang sama. *UNES Law Review*, 6(2), 4163–4171.
- Hastuti, I. (2019). Perlindungan hukum bagi pemilik merek terkenal berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. *Hukum dan Dinamika Masyarakat*, 16(2), 174–184.
- Haki, I., & Sari, I. (2025). Terjaminnya perlindungan hak atas kekayaan intelektual. *Jurnal Hukum*, 15, 23–36.
- Indrianto, A., Yusnita, & Mela, I. (2017). *Aspek hukum pendaftaran merek*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Intellectual Property Office of the Philippines (IPOPHL). (2023). *Philippine Intellectual Property Code (RA 8293) and its amendments*. Retrieved from <https://www.ipophil.gov.ph>
- IPOPHL. (n.d.). *Well-known marks*. Retrieved from <https://www.ipophil.gov.ph/well-known-marks/>
- IPOPHL. (2025). *Memorandum Circular No. 2025-009: Rules and regulations for the declaration and creation of the register of well-known marks*.
- Khurana & Khurana. (2020). *Protection of well-known marks*. Retrieved from <https://www.khuranaandkhurana.com/>
- Lestari, S., Annalisa, Y., & Syaifuddin, M. (2023). Perlindungan hukum bagi pemegang merek pada pembangunan ekonomi kreatif di Indonesia. *VERITAS: Jurnal Program Pascasarjana Ilmu Hukum*, 9(2), 65–80.

- Lim, N. I. P. (n.d.). *IPOPHL establishes ex-parte procedure for declaration of well-known marks*. Retrieved from <https://cruzmarcelo.com/ipophl-establishes-ex-parte-procedure-for-declaration-of-well-known-marks>
- Lobo, L. P., & Wauran, I. (2021). Kedudukan istimewa merek terkenal (asing) dalam hukum merek Indonesia. *Masalah-Masalah Hukum*, 50(1), 70–83.
- Magister Ilmu Hukum Universitas Trisakti. (2023). No title. *Jurnal Ilmu Hukum*, 5(4), 553–561.
- Menteri Hukum dan HAM Republik Indonesia. (2016). *Peraturan Menteri Hukum dan HAM Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek*. Berita Negara Republik Indonesia Nomor 2134 Tahun 2016. Retrieved from www.peraturan.go.id
- Alburo Alburo and Associates Law Offices. (n.d.). *What is the protection extended to a well-known mark?* Retrieved from <https://www.alburolaw.com/what-is-the-protection-extended-to-a-well-known-mark/>
- Pabiona, S. J. (2021). Navigating trademark registration and protection in the digital age: The Philippine experience. *Journal of Intellectual Property*, 8(4), 42–50.
- Pengadilan Niaga Jakarta Pusat. (2023). *Putusan sengketa merek Jollibee, Putusan No. 9/Pdt.Sus-Merek/2023/PN.Niaga.Jkt.Pst.*
- Quintos-Natividad, L. (2020). Trademark protection in the Philippines: Trends and challenges. *The Law Gazette*.
- Salazar, T. S. (2023). *The legal landscape of trademarks in the Philippines: A comprehensive guide*. Cebu: Law Press.
- Suhaeruddin, U. (2023). Hak kekayaan intelektual dalam era digital: Tantangan hukum dan etika dalam perlindungan karya kreatif dan inovasi. *Jurnal Hukum Indonesia*, 122–128.
- Sulasno, I. Z., Marbun, D. Y. M., Nathasya, S. N., & Chrisanta, F. (2023). Analisis yuridis perlindungan hukum bagi pemilik merek terkenal terhadap tindakan penggunaan merek terkenal oleh pelaku UMKM. *Padjadjaran Law Review*, 11(2), 165–178.
- Silitonga, R. B. A., Panjaitan, H., & Saragi, P. (2025). Legal protection for owners of well-known trademarks from the perspective of court decisions. *International Journal of Law, Crime and Justice*, 2(2), 63–67.
- Tanjung, D. R., Njatrijani, R., & Rahmada, B. (2023). Penerapan prinsip first to file dalam sengketa merek terkenal. *Law, Development & Justice Review*, 6(2), 111–128.
- World Intellectual Property Organization (WIPO). (2021). *Madrid system for the international registration of marks*. Retrieved from <https://www.wipo.int/madrid>
- Hukumonline.com. (2016). *Pusatdata*. Retrieved from <https://www.hukumonline.com/pusatdata>.
- Supreme Court of the Philippines. (2005, September 20). *Levi Strauss & Co. and Levi Strauss (Phils.), Inc. v. Clinton Apparelle, Inc.*, G.R. No. 138900. Lawphil. https://lawphil.net/judjuris/juri2005/sep2005/gr_138900_2005.html
- World Trade Organization. (n.d.). *Uruguay Round Agreement: TRIPS – Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (Part II: Trademarks, Articles 15–21)*. Retrieved August 27, 2025, from https://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/27-trips.pdf
- Manzanares, E. L. A. (2025, January 14). Trademark dilution an option for famous brands. *Asia Business Law Journal*. <https://law.asia/trademark-dilution-filipino-famous-brands>
- Baker McKenzie. (2025, April 15). Philippines: New system for the declaration and registration of well-known marks launched. *InsightPlus*. <https://insightplus.bakermckenzie.com/bkphilippines/ip/philippines-new-system-for-the-declaration-and-registration-of-well-known-marks-launched>
- Intellectual Property Office of the Philippines (IPOPHL). (2025). Well-known marks: Rules and regulations for the declaration and creation of the register of well-known marks

(Memorandum Circular No. 2025-009). *GOVPH*. <https://www.ipophil.gov.ph/well-known-marks>.

Supreme Court of the Philippines. (2006, March 31). *Shangri-La International Hotel Management, Ltd., Shangri-La Properties, Inc., Makati Shangri-La Hotel & Resort, Inc., and Kuok Philippines Properties, Inc. v. Developers Group of Companies, Inc.*, G.R. No. 159938. Lawphil. https://lawphil.net/judjuris/juri2006/mar2006/gr_159938_2006.html