## ABSTRAK

Fungsi merek sebagai identitas pembeda dan penanda kualitas seringkali terganggu oleh praktik pendaftaran merek yang memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek terkenal. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan yuridis normatif dengan spesifikasi deskriptif analitis untuk menganalisis efektivitas perlindungan hukum bagi merek terkenal serta mengidentifikasi bentuk-bentuk pelanggaran asas itikad tidak baik dalam sistem pendaftaran merek di Indonesia. Data penelitian yang bersumber dari bahan hukum sekunder dianalisis secara kualitatif melalui studi kepustakaan. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa pendaftaran merek dengan persamaan pada pokoknya terhadap merek terkenal, sebagaimana tercermin dalam kasus Gudang Garam vs. Gudang Baru, I Am Geprek Bensu vs. Ayam Geprek Bensu, serta GOTO vs. GoTo, merupakan bentuk pelanggaran terhadap asas itikad tidak baik berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Pelanggaran tersebut ditandai dengan eksploitasi reputasi merek terkenal melalui kemiripan fonetis, visual, maupun konseptual yang berpotensi menimbulkan kebingungan konsumen dan mengambil keuntungan secara tidak wajar. Meskipun undang-undang telah memberikan perlindungan bagi merek terkenal, implementasinya masih menghadapi kendala substantif, particularly dalam hal pembuktian unsur itikad tidak baik dan ketidakjelasan kriteria persamaan pada pokoknya. Temuan penelitian ini mengonfirmasi adanya pemanfaatan kelemahan sistem dan celah hukum untuk kepentingan kompetitif yang tidak fair, yang pada akhirnya merugikan pemilik merek asli baik secara ekonomi maupun reputasi. Sebagai implikasi kebijakan, Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual perlu meningkatkan ketelitian dalam pemeriksaan substantif permohonan pendaftaran merek dan menerapkan sanksi yang lebih tegas terhadap pelaku pelanggaran asas itikad tidak baik.



**Kata Kunci** : Itikad Tidak Baik; Merek Terkenal; Persamaan Pada Pokoknya; Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016.

## *ABSTRACT*

*The function of trademarks as distinctive identifiers and quality markers is frequently compromised by the registration of marks bearing essential similarity to well-known trademarks. This study employs a normative juridical approach with descriptive-analytical specifications to examine the effectiveness of legal protection for well-known marks and to identify forms of bad faith violations within Indonesia's trademark registration system. Legal secondary data were qualitatively analyzed through literature review. The research reveals that the registration of trademarks with essential similarity to well-known marks, as reflected in cases such as Gudang Garam vs. Gudang Baru, I Am Geprek Bensu vs. Ayam Geprek Bensu, and GOTO vs. GoTo, constitutes violations of the bad faith principle under Law Number 20 of 2016 concerning Trademarks and Geographical Indications. These violations are characterized by the exploitation of well-known marks' reputation through phonetic, visual, or conceptual similarities that potentially cause consumer confusion and enable unfair advantage. Although the law provides protection for well-known marks, its implementation faces substantive challenges, particularly regarding the proof of bad faith and unclear criteria for essential similarity. These findings confirm the exploitation of systemic weaknesses and legal loopholes for unfair competitive advantages, ultimately harming legitimate trademark owners both economically and reputationally. As policy implications, the Directorate General of Intellectual Property needs to enhance thoroughness in substantive examination of trademark applications and implement stricter sanctions against violations of the bad faith principle.*



***Keywords:*** *Bad Faith; Well-Known Mark; Essential Similarity; Law Number 20 of 2016.*