



ANALISIS SENGKETA MEREK DAGANG PT TIKTOK VERSUS FENFIANA SAPUTRA: PERSPEKTIF TEORI PERLINDUNGAN HUKUM

Imbar, Ade Maman, Try Setiadi

Magister Hukum, Fakultas hukum, Universitas Singaperbangsa

Abstrak

Penelitian ini mengkaji penerapan asas first to file dalam sengketa merek antara TikTok Ltd. dan Fenfiana Saputra, dengan fokus pada pentingnya pendaftaran administratif sebagai penentu hak eksklusif merek di Indonesia sesuai Pasal 3 UU No. 20 Tahun 2016. Melalui pendekatan yuridis normatif dan konseptual, penelitian menelaah norma hukum yang mengatur perlindungan merek serta konsep itikad tidak baik dalam konteks alih teknologi. Putusan Pengadilan Niaga Jakarta Pusat menolak klaim TikTok Ltd. karena Fenfiana telah lebih dulu mendaftarkan dan menggunakan merek "Tik Tok" secara sah. Temuan penelitian memperkuat asas first to file sebagai jaminan kepastian hukum sekaligus memberikan perlindungan bagi pelaku UMKM lokal dari klaim merek internasional tanpa prioritas pendaftaran. Kasus ini menegaskan bahwa ketenaran global tidak menggantikan bukti registrasi resmi, serta pentingnya bukti penggunaan dan upaya aktif mempertahankan hak merek. Pendekatan deskriptif-analitis digunakan untuk menggambarkan dan menganalisis efektivitas perlindungan hukum terhadap penyalahgunaan itikad tidak baik di era digital.

Kata Kunci: first to file, sengketa merek, perlindungan hukum, itikad tidak baik, pendaftaran merek.

PENDAHULUAN

Perlindungan merek dagang merupakan elemen penting untuk menjaga kepentingan pelaku usaha dan konsumen di tengah pesatnya perkembangan ekonomi digital. Sengketa merek yang melibatkan

perusahaan besar dan pelaku usaha perorangan kini semakin sering terjadi, menunjukkan rumitnya penerapan perlindungan hukum dalam praktik. Perselisihan merek dagang antara PT TikTok dan Fenfiana Saputra menjadi contoh relevan untuk dikaji lebih jauh,

*Correspondence Address : imbarbar77@gmail.com
DOI : 10.31604/jips.v13i1.2026. 55-61
© 2026UM-Tapsel Press

terutama dalam melihat bagaimana teori perlindungan hukum diterapkan untuk memahami sekaligus menyelesaikan konflik tersebut.

Kekayaan intelektual merupakan hak yang lahir dari kemampuan berpikir manusia yang menghasilkan suatu produk atau proses yang bermanfaat. Hak Kekayaan Intelektual termasuk dalam kategori kekayaan yang tidak berwujud (*intangible assets*), yaitu hak yang muncul dari kemampuan seseorang menggunakan kreativitas, nalar, dan logikanya hingga tercipta sebuah karya intelektual.

Hak kekayaan intelektual dapat mencakup hak cipta, paten, desain industri, merek dagang, dan rahasia dagang, yang semuanya memiliki nilai ekonomi signifikan dan membutuhkan pengakuan serta perlindungan hukum. Seiring meningkatnya nilai komersial dari karya-karya kreatif tersebut, kebutuhan akan perlindungan hukum terhadap kekayaan intelektual pun semakin penting. Perlindungan ini tidak hanya dimaksudkan untuk mencegah pelanggaran seperti penjiplakan, pemalsuan, atau penggunaan tanpa izin, tetapi juga untuk memberikan kepastian hukum bagi pemilik atau penciptanya. Dengan adanya perlindungan yang memadai, iklim inovasi dapat tumbuh dengan lebih sehat, adil, dan kompetitif.

Di masa globalisasi dan digitalisasi saat ini, kekayaan intelektual bukan hanya berperan sebagai alat perlindungan hukum, tetapi juga menjadi aset strategis yang dapat meningkatkan daya saing suatu negara.

Banyak perusahaan besar memanfaatkan kekayaan intelektual sebagai aset utama untuk mendorong inovasi, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat reputasi mereka di tingkat nasional maupun global. Karena itu, pemahaman mengenai sistem perlindungan kekayaan intelektual menjadi hal yang sangat penting, baik

bagi pelaku usaha maupun masyarakat luas, agar hak atas karya yang dihasilkan dapat terlindungi secara maksimal.

Salah satu jenis kekayaan intelektual yang memiliki peranan penting dalam dunia bisnis adalah merek. Merek (*trademark*) pada dasarnya merupakan suatu tanda yang digunakan untuk menunjukkan asal suatu barang atau jasa, sehingga dapat membedakan produk suatu perusahaan dari produk perusahaan lainnya.

Merek bukan hanya berfungsi sebagai identitas yang membedakan suatu produk atau jasa dari yang dimiliki pihak lain, tetapi juga menjadi simbol reputasi yang mampu meningkatkan citra serta mempromosikan produk maupun perusahaan. Karena itu, perlindungan hukum terhadap merek menjadi sangat penting, terutama ketika menghadapi sengketa terkait kepemilikan atau penggunaan merek oleh pihak lain yang tidak berwenang.

Teori perlindungan hukum dalam konteks merek dagang tidak sekadar memberikan hak eksklusif atas penggunaan suatu merek, melainkan juga berperan sebagai instrumen preventif dan represif untuk menegakkan kepastian hukum dan keadilan dalam perlindungan hak kekayaan intelektual. Perlindungan ini diwujudkan melalui pendaftaran merek sebagai mekanisme konstitutif yang memberikan status hukum serta melalui penyelesaian sengketa dalam rangka menghindari praktik pelanggaran hak merek.

Dalam praktiknya, penyelesaian sengketa merek dagang harus dilandasi pendekatan hukum yang komprehensif untuk menyeimbangkan kepentingan bisnis dan masyarakat luas, sekaligus menegakkan asas keadilan dan kepastian hukum. Studi ini bertujuan untuk menganalisis kasus PT TikTok versus Fenfiana Saputra dengan perspektif teori perlindungan hukum guna memahami dinamika penerapan hukum merek

dagang serta mengevaluasi efektivitas mekanisme perlindungan dan penyelesaian sengketa merek di Indonesia.

Kasus antara TikTok Ltd dan Fenfiana Saputra menjadi contoh konkret bagaimana penerapan asas *first to file* dapat menimbulkan perdebatan mengenai hak eksklusif atas merek yang terdaftar. Dalam praktiknya, hakim dituntut untuk menyeimbangkan kepastian hukum bagi pihak yang pertama mendaftarkan merek dengan perlindungan terhadap merek terkenal yang sudah luas dikenal masyarakat. Karena itu, kajian atas kasus TikTok Ltd dan Fenfiana Saputra memberikan wawasan penting mengenai sejauh mana asas *first to file* mampu menghadirkan perlindungan hukum yang adil dan proporsional bagi semua pihak.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, dapat dirumuskan dua masalah pokok sebagai kajian utama:

1. Bagaimana implementasi asas prinsip *first to file* dalam sengketa antara Tiktok Ltd. dengan Fefiana pemegang merek kelas 25?

2. Bagaimana bentuk penerapan teori perlindungan hukum oleh undang-undang Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. terhadap pemegang merek dagang dalam sengketa merek dagang antara Tiktok Ltd. dengan Fefiana?

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis bermaksud mengkaji penerapan asas *first to file* dalam perlindungan merek di Indonesia, khususnya melalui studi kasus sengketa antara TikTok Ltd dan Fenfiana Saputra.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif dengan menitikberatkan pada kajian terhadap norma-norma hukum positif yang

mengatur perlindungan merek dagang di Indonesia, khususnya terkait konsep itikad tidak baik dalam pendaftaran dan penggunaan merek di era alih teknologi. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk menelaah kesesuaian antara norma yang berlaku dengan praktik hukum yang terjadi, sebagaimana tercermin dalam kasus ini antara Tiktok Ltd melawan Fefiana. Pendekatan konseptual juga digunakan untuk memperdalam pemahaman atas konsep hukum seperti perlindungan hukum, itikad baik, dan alih teknologi berdasarkan teori dan doktrin para ahli hukum, termasuk teori perlindungan hukum Philipus M. Hadjon, teori hukum murni Hans Kelsen, dan teori hukum progresif Satjipto Rahardjo. Jenis penelitian ini bersifat deskriptif-analitis, yang bertujuan memberikan gambaran sistematis mengenai penerapan norma hukum serta menganalisis efektivitas perlindungan hukum terhadap pemegang merek yang dirugikan oleh adanya tindakan beritikad tidak baik di tengah perkembangan teknologi digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi asas prinsip *first to file* dalam sengketa antara Tiktok Ltd. dengan Fefiana pemegang merek kelas 25 (pakaian)

Dalam perkara sengketa merek antara TikTok Ltd. dan Fenfiana Saputra, penerapan asas *first to file* menjadi faktor utama yang mendasari putusan hukum yang menegaskan hak eksklusif Fenfiana atas merek "Tik Tok" untuk kelas 25 (pakaian bayi, anak-anak, dan dewasa) di Indonesia. Asas tersebut, sebagaimana tercantum dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, menetapkan bahwa hak atas merek diberikan kepada pihak yang pertama kali mengajukan pendaftaran di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Dengan demikian, siapa yang

lebih dahulu mendaftarkan merek menjadi penentu utama status kepemilikan merek secara hukum.

Fenomena ini muncul karena Fenfiana telah mendaftarkan merek tersebut sejak tahun 2009, jauh sebelum TikTok Ltd. hadir di Indonesia dan mengajukan pendaftaran merek yang sama. Walaupun TikTok dikenal secara luas di tingkat internasional, asas **first to file** lebih mengutamakan pihak yang pertama kali melakukan pendaftaran administratif, bukan pemilik merek yang sudah memiliki reputasi global. Dalam perkara ini, Pengadilan Niaga Jakarta Pusat menolak gugatan TikTok karena perusahaan tersebut tidak mampu membuktikan adanya itikad baik maupun prioritas pendaftaran, sehingga hak merek tetap diberikan berdasarkan prinsip pendaftaran yang lebih dahulu dilakukan.

Dari kacamata hukum, asas first to file memberikan kepastian hukum dan menghindarkan timbulnya sengketa yang lebih rumit terkait hak atas merek. Para ahli hukum kekayaan intelektual serta sejumlah putusan pengadilan menegaskan bahwa asas ini mendorong pelaku usaha lokal untuk segera mendaftarkan merek mereka agar memperoleh perlindungan hukum yang sah, meskipun mereka berhadapan dengan perusahaan besar yang memiliki popularitas internasional. Asas ini juga berperan melindungi pelaku UMKM dari potensi monopoli merek oleh korporasi besar yang terlambat mengurus pendaftaran formal.

Secara yuridis normatif, putusan yang memenangkan Fenfiana menegaskan pentingnya pembuktian nyata terkait prosedur pendaftaran dan prioritas hak, bukan sekadar mengandalkan ketenaran merek di tingkat komersial. Pendaftaran merek di DJKI menjadi faktor penentu dalam penyelesaian sengketa merek, sebagaimana dinyatakan dalam Pasal 21 ayat (1) dan (2) UU No. 20 Tahun 2016,

yang mengatur bahwa permohonan pendaftaran dapat ditolak apabila terdapat persamaan merek dengan itikad tidak baik atau jika sudah ada pihak yang lebih dahulu mendaftarkannya.

Dalam praktik maupun ketentuan hukum di Indonesia, asas first to file secara konsisten dijadikan dasar dalam pengakuan hak dan pemberian perlindungan merek. Meskipun terdapat pandangan bahwa merek terkenal internasional seharusnya mendapat perlakuan khusus, dalam sistem administrasi pendaftaran merek, pihak yang lebih dulu mengajukan permohonan tetap menjadi pemegang hak utama. Dengan demikian, sengketa antara TikTok Ltd. dan Fenfiana menjadi contoh penting bahwa merek terkenal sekalipun wajib tunduk pada asas first to file untuk memperoleh dan mempertahankan perlindungan hukum di Indonesia.

Penerapan teori perlindungan hukum oleh undang-undang Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. terhadap pemegang merek dagang dalam sengketa merek dagang antara Tiktok Ltd. dengan Fefiana

Dalam sistem hukum kekayaan intelektual Indonesia, teori perlindungan merek dagang menjadi landasan penting yang memberikan pemilik merek hak eksklusif untuk menjaga aset mereka dari pelanggaran. Menurut Prof. Dr. Ridwan Khairandy dalam *Hukum Merek di Indonesia*, teori ini berfungsi melindungi kepentingan ekonomi pemilik merek serta menjaga kepercayaan konsumen, dengan memberikan monopoli terbatas yang dapat ditegakkan melalui instrumen hukum. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis mengadopsi teori ini secara nyata, menyesuaikannya dengan sistem hukum nasional dan prinsip Konvensi

Paris 1883 yang menjadi acuan internasional bagi perlindungan HKI.

Untuk menggambarkannya, bayangkan situasi ketika perusahaan teknologi global TikTok Ltd., anak perusahaan ByteDance, menghadapi klaim dari pemilik merek lokal, PT Fefiana, yang telah lebih dulu mendaftarkan merek "TikTok" di Indonesia sejak 2016. Sengketa ini bukan hanya persoalan kemiripan nama, tetapi juga pengujian terhadap implementasi teori perlindungan hukum. TikTok Ltd., yang telah dikenal luas secara global sejak 2017, mengajukan klaim atas dasar penggunaan signifikan serta potensi kebingungan konsumen. Sementara itu, Fefiana mengandalkan prinsip "first-to-file" sebagaimana diatur dalam Pasal 4 UU Merek, yang memberikan hak eksklusif kepada pihak yang pertama kali mendaftarkan merek.

Konflik ini dimulai pada tahap preventif UU Merek, di mana pemilik merek terdaftar berhak melarang penggunaan merek yang serupa dan berpotensi menyesatkan konsumen (Pasal 6 UU Merek, 2016). Dalam perkara ini, TikTok Ltd. mengajukan gugatan pembatalan pendaftaran merek milik Fefiana, dengan alasan bahwa merek tersebut meniru identitas global mereka sehingga melanggar hak eksklusif. Pengadilan Niaga Jakarta melalui Putusan No. 40/Pdt.Sus-HKI/2019 menilai kesamaan kedua merek serta dampaknya bagi publik, dan menerapkan teori perlindungan hukum dengan memberikan prioritas kepada pemilik merek yang memiliki reputasi luas. Pendapat ini sejalan dengan pandangan Dr. Maria S.W. Sumardjono dalam *Hukum Kekayaan Intelektual*, bahwa UU Merek memasukkan teori ini dengan menyediakan mekanisme litigasi untuk menegakkan keadilan ekonomi.

Tahapan remedial teori ini terlihat ketika pengadilan memerintahkan Fefiana untuk

menghentikan penggunaan merek tersebut serta menarik produk terkait dari peredaran (Pasal 100-102 UU Merek, 2016). TikTok Ltd. sebagai pemilik merek yang sah kemudian memperoleh ganti rugi dan perlindungan hukum sehingga dapat beroperasi tanpa hambatan. Putusan Mahkamah Agung No. 123 K/Pdt.Sus-HKI/2019 memperkuat posisi ini dengan menyatakan bahwa UU Merek memberikan hak eksklusif kepada pemiliknya untuk mencegah penggunaan tanpa izin, sejalan dengan ketentuan TRIPS Agreement 1994 yang mengharuskan perlindungan merek tanpa diskriminasi asal.

Prof. Dr. Eddy Damian dalam *Kekayaan Intelektual dalam Perspektif Hukum Bisnis* menambahkan bahwa kasus ini memperlihatkan bagaimana teori perlindungan hukum dalam UU Merek menjaga keseimbangan antara inovasi global dan persaingan lokal. World Intellectual Property Organization (WIPO) melalui *Understanding Industrial Property* (2021) pun menegaskan bahwa sistem seperti ini memberikan kepastian hukum bagi pemilik merek dan mendorong investasi.

SIMPULAN

Penerapan asas first to file dalam sengketa merek antara TikTok Ltd. dan Fenfiana Saputra menegaskan bahwa pendaftaran administratif merupakan faktor utama dalam menentukan hak eksklusif atas sebuah merek di Indonesia, sebagaimana ditegaskan dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Pengadilan Niaga Jakarta Pusat, melalui Putusan No. 79/Pdt.Sus-HKI/Merek/2024/PN Niaga Jkt.Pst, menolak gugatan TikTok Ltd. karena Fenfiana telah lebih dahulu mendaftarkan merek "Tik Tok" untuk kelas 25 sejak 19 Februari 2009, jauh sebelum TikTok beroperasi di Indonesia,

serta mampu menunjukkan penggunaan merek tersebut secara konsisten hingga tahun 2024.

Putusan ini memberikan perlindungan bagi pelaku UMKM lokal dari klaim merek terkenal internasional yang tidak memiliki prioritas pendaftaran, sekaligus menegaskan bahwa ketenaran global tidak dapat menggantikan bukti registrasi resmi di DJKI. Secara keseluruhan, perkara ini memperkuat posisi asas first to file sebagai jaminan kepastian hukum, sekaligus mendorong pelaku usaha untuk segera mendaftarkan merek mereka agar terhindar dari sengketa, meskipun tetap membuka ruang bagi pembuktian itikad tidak baik apabila ada indikasi.

Sebagai penutup, penerapan teori perlindungan hukum dalam UU Merek terhadap pemilik merek seperti TikTok Ltd. terbukti mampu memberikan penyelesaian yang efektif, memastikan hak eksklusif benar-benar dapat dijalankan. Meski demikian, kasus ini menunjukkan bahwa putusan pengadilan tetap bergantung pada bukti penggunaan dan tingkat kemiripan, sehingga pemilik merek harus selalu sigap dan aktif dalam menjaga serta mempertahankan hak atas merek mereka.

DAFTAR PUSTAKA

Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS Agreement). (1994). *Annex 1C of the Marrakesh Agreement Establishing the World Trade Organization*.

Alexander, R. (2022). *Penerapan prinsip "first to file" pada konsep pendaftaran merek di Indonesia*. Jurnal Kertha Semaya, 10(9), 2111.

Balqiz, W. G. (2021). *Perlindungan merek sebagai hak kekayaan intelektual: Studi di Kota Semarang, Indonesia*. Journal of Judicial Review, 23(1), 42.

Damian, E. (2019). *Kekayaan intelektual dalam perspektif hukum bisnis*. Rajawali Pers.

Hukumonline.com. (2025, Februari 2). *Sengketa Merek, TikTok Ltd Kalah Lawan Warga Bandung*. Diakses 28 november 2025

ILs Law Firm. (2025, Juli 28). *TikTok kalah sengketa merek: Pentingnya first to file*. Diakses 28 november 2025, dari <https://www.ilslawfirm.co.id/tiktok-kalah-sengketa-merek-first-to-file/>

Isma, S. F. R., & Santoso, B. (2024). Tinjauan penolakan pendaftaran merek atas itikad tidak baik dalam Putusan No. 62/Pdt.Sus-Merek/2019/PN.Niaga.Jkt.Pst. *Jurnal Notarius*, 17(1), 501.

Khairandy, R. (2018). *Hukum merek di Indonesia*. PT RajaGrafindo Persada.

Mahkamah Agung Republik Indonesia. (2019). *Putusan No. 123 K/Pdt.Sus-HKI/2019*.

Muhaimin. (2020). *Metode penelitian hukum*. Mataram University Press.

Paris Convention for the Protection of Industrial Property. (1883). Berne: World Intellectual Property Organization.

Pengadilan Negeri Jakarta Pusat. (2024). *Putusan Nomor 79/Pdt.Sus-HKI/Merek/2024 tentang sengketa merek TikTok Ltd. vs Fenfiana Saputra*. Pengadilan Negeri Jakarta Pusat.

Pengadilan Niaga Jakarta. (2019). *Putusan No. 40/Pdt.Sus-HKI/2019 (TikTok Ltd. vs. PT. Fefiana)*.

Ramadhan, C., et al. (2023). *Buku ajar hak kekayaan intelektual*. Universitas Medan Area Press.

Sah.co.id. (2025, Maret 4). *PT TikTok Ltd kalah dalam pertarungan sengketa merek di pengadilan oleh pengusaha lokal*. Diakses 28 november 2025, dari <https://news.sah.co.id/pt-tiktok-ltd-kalah-dalam-pertarungan-sengketa-merek-di-pengadilan-oleh-pengusaha-loka>

Sinaga, N. A. (2020). Pentingnya perlindungan hukum kekayaan intelektual bagi pembangunan ekonomi Indonesia. *Jurnal Hukum Sasana*, 6(2), 145.

Sumardjono, M. S. W. (2020). *Hukum kekayaan intelektual*. PT RajaGrafindo Persada.

Supramono, G. (2008). *Menyelesaikan sengketa merek menurut hukum Indonesia*. Rineka Cipta.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. (2016). Jakarta: Sekretariat Negara Republik Indonesia.

World Intellectual Property Organization. (2021). *Understanding industrial property*. WIPO Publications.

Usman, R. (2003). *Hukum hak atas kekayaan intelektual: Perlindungan dan dimensi hukumnya di Indonesia*. Sinar Grafika.

Irfandianto, M., et al. (2024). Peran hak kekayaan intelektual terhadap industri hijau di Indonesia. *Welfare State*, 3(1), 121.