

## BAB IV

### KESIMPULAN

#### 4.1 Kesimpulan

1. Pertimbangan hukum majelis hakim dalam perkara ini masih dapat diperdebatkan secara yuridis. Penggunaan merek “M6” oleh PT BYD Motor Indonesia sebagai distributor resmi patut dinilai mengandung unsur itikad tidak baik, mengingat merek tersebut telah terlebih dahulu terdaftar dan dilindungi secara sah oleh BMW AG sebagai merek terkenal. Penerapan doktrin *plurium litis consortium* oleh hakim berpotensi terlalu formalistik karena mengabaikan fakta bahwa PT BYD Motor Indonesia secara nyata menggunakan, memasarkan, dan memperoleh manfaat ekonomi dari produk bermerek “M6” di Indonesia. Oleh karena itu, dalam perspektif hukum merek, distributor memiliki keterkaitan langsung dengan kerugian yang dialami penggugat dan seharusnya dapat dimintai pertanggungjawaban secara mandiri tanpa harus selalu melibatkan prinsipal asing.
2. Upaya hukum dimaksudkan sebagai solusi atas permasalahan sengketa merek yang terjadi. Pada dasarnya terdapat dua jalur yang dapat ditempuh, yakni litigasi dan non-litigasi. Upaya hukum non-litigasi menekankan penyelesaian secara damai melalui negosiasi dan mediasi dengan tujuan tercapainya kesepakatan bersama. Pendekatan ini lebih fleksibel dan mengutamakan hubungan kekeluargaan, terutama jika para pihak masih menghendaki komunikasi yang baik. Namun, dalam perkara ini upaya

tersebut tidak diambil, sehingga mediasi dinyatakan tidak berhasil dan perkara dilanjutkan ke tahap persidangan. Perkara *a quo* diajukan ke Pengadilan Niaga, namun putusan justru memenangkan pihak Tergugat dengan menyatakan gugatan kurang pihak. Ditinjau dari isi gugatan BMW yang secara tegas meminta penghentian peredaran mobil BYD M6 dan segala bentuk penggunaan merek “M6” di Indonesia, maka penarikan PT BYD Motor Indonesia sebagai pihak tergugat sebenarnya sudah tepat. Hal ini karena PT BYD Motor Indonesia berperan sebagai importir sekaligus distributor resmi produk BYD di Indonesia, sehingga ia adalah pihak yang secara nyata menghadirkan produk ke pasar domestik. Prinsip perlindungan merek menekankan pada pencegahan kebingungan konsumen dan perlindungan reputasi pemilik merek, sehingga pihak yang menghadirkan produk ke pasar harus dimintai pertanggungjawaban, meskipun produsen utama tidak ikut digugat, yang oleh karenanya mengacu pada hal tersebut dapat diajukan kasasi.

#### **4.2 Saran**

Sikap itikad tidak baik dalam penggunaan merek merupakan tindakan pelanggaran yang nyata, selain merugikan pihak yang dilanggar hal tersebut juga mampu membuat dinamika dalam penggunaan merek di Indonesia menjadi kacau. Berdasar penjelasan dalam penulisan ini maka berikut adalah saran dan masukan yang diberikan penulis:

1. Berdasarkan penjelasan di atas, pertimbangan hukum hakim dalam Putusan Nomor 19/Pdt.Sus-HKI/Merek/2025/PN Niaga Jkt.Pst masih dapat

diperdebatkan. Hakim seharusnya menilai keterlibatan langsung PT BYD Motor Indonesia sebagai pihak yang secara aktif menggunakan dan mengedarkan produk bermerek “M6” di Indonesia, sehingga memiliki legal standing pasif yang cukup untuk digugat secara mandiri. Hal ini penting karena dalam praktik hukum merek, pihak yang secara nyata melakukan kegiatan komersial atas merek yang disengketakan memiliki hubungan hukum langsung dengan kerugian yang dialami pemilik merek. Menempatkan distributor sebagai pihak yang dapat dimintai pertanggungjawaban, maka putusan akan lebih mencerminkan keadilan substantif dan efektivitas perlindungan hukum merek terkenal.

2. Pihak BMW dapat menuntut haknya dengan mengajukan kasasi atau peninjauan kembali apabila putusan pengadilan dianggap tidak sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku. Selain itu, BMW juga dapat mengajukan gugatan ganti rugi dan permohonan pembatalan merek yang didaftarkan pihak lain yang memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek “M6”. Langkah litigasi ini penting untuk memastikan perlindungan efektif terhadap merek terkenal, menjaga reputasi dan eksklusivitas merek “M6”, serta memperkuat kepastian hukum dalam praktik perdagangan di Indonesia.