Volume 5 Number 1 (2023)
January-Juny 2023
Page: 567-578

E-ISSN: 2686-4819
P-ISSN: 2686-1607
DOI: 10.37680/almanhaj.v5i1.2494

AL-MANHAJ
Jurnal Hukum dan Pranata Sosial Islam

Tinjauan Yuridis Kasus Persamaan Merek Poskota dan Poskotaco (Studi Kasus Putusan No. 39 /Pdt.Sus-Merek/2022/PN Niaga Jkt.Pst)

Arina Nafida Rahma[1], Siti Mahmudah[2]

[1] Universitas Diponegoro, Semarang, Indonesia; rahmaarina1306@gmail.com
[2] Universitas Diponegoro, Semarang, Indonesia; sitimahmudah@lecturer.undip.ac.id

Received: 09/02/2023 Revised: 21/03/2023 Accepted: 29/04/2023

Abstract

Brand infringement case between POSKOTA owned by PT. Media Anatarkota Jaya and POSKOTACO owned by PT. Millennial Voice Media is listed in Court Decision No. 39 /Pdt.Sus-Merek/2022/PN Niaga Jkt.Pst, PT. Media Anatarkota Jaya (POSKOTA) as the aggrieved party sued for the cancellation of the PT. Media Suara Millenial (POSKOTACO). The object of the case in the decision is trademark infringement which is the same. The panel of judges granted the plaintiff's claim and ordered the defendant to cross out and cancel the registration of the POSKOTACO Mark. The purpose of this research is to find out the legal protection for trademarks that have been registered and the legal consequences of trademark equality disputes and to analyze the Decision of Court Decision No. 39 /Pdt.Sus-Merek/2022/PN Niaga Jkt.Pst. The approach method in this journal research is normative juridical by studying the Trademark Law and relating it to practice in the field. The results of this journal writing research are that brand owners who feel aggrieved due to parties who commit equality violations can apply for trademark cancellation based on the reasons in Articles 20 and 21 of Law Number 20 of 2016 Concerning Marks and Geographical Indications. The legal basis for the judge's consideration in deciding the trademark cancellation case is based on Article 76 jo. Article 20, Article 21 of Law Number 20 of 2016 concerning Marks and other relevant regulations.

Keywords Brand; Verdict; Similarities in Essence

Corresponding Author
Arina Nafida Rahma
Universitas Diponegoro, Semarang, Indonesia; rahmaarina1306@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Hak atas Kekayaan Intelektual adalah suatu hak yang timbul dari hasil olah fikir manusia, yang menghasilkan suatu produk atau proses yang berguna bagi manusia. Kekayaan Intelektual di golongkan menjadi dua yaitu hak cipta dan hak kekayaan industri yang terdiri dari Merek, Paten, Rahasia dagang, Desain industri, Desain tata letak sirkuit terpadu, dan Varietas tanaman. Merek sebagai salah satu produk dari karya intelektual dapat dianggap sebagai suatu aset komersial suatu perusahaan, untuk itu diperlukan perlindungan hukum untuk melindungi karya-karya intelektualitas seseorang. Kelahiran merek diawali dari temuan-temuan dalam bidang Hak Kekayaan Intelektual lain yang saling berkaitan. Menurut Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, "Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi,

© 2023 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY) license (https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa." Merek terdiri dari Merek Barang, Merek Jasa dan Merek Kolektif, hal tersebut telah dijelaskan dalam Pasal 1 angka 1 sampai 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Kemudian Pasal 1 Angka 5 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 menjelaskan mengenai hak atas merek yaitu hak ekslusif yang diberikan oleh Negara kepada pemilik Merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri Merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya. Merek harus didaftarkan di Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual untuk mendapatkan perlindungan dan persetujuan negara. Pemohon yang akan melakukan pendaftaran merek wajib memperhatikan hal-hal yang dilarang dan ditolak dalam pendaftaran merek. Hal tersebut dijelaskan dalam Pasal 20 dan Pasal 21 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Segala ketentuan terkait merek telah diatur dalam Undang-Undang Merek, namun kenyataaannya dilapangan masih banyak pelaku usaha maupun pengawas yang tidak memperhatikan aturan tersebut sehingga banyak terjadi pelanggaran terhadap Undang-Undang Merek (Joshua Jurgen Sumanti, 2018) Negara memilki tanggung jawab melakukan perlindungan atas penerapan hak atas merek tersebut sehingga perlindungan hukum atas merek sudah saatnya menjadi perhatian, kepentingan dan kepedulian semua pihak, agar tercipta kondisi yang kondusif untuk berkembangnya kegiatan inovatif dan kreatif yang menjadi syarat batas dalam menumbuhkan kemampuan di bidang ekonomi dan penguasaan teknologi. Pelanggaran di bidang merek pada umumnya adalah pemakaian Merek Terkenal tanpa izin, atau peniruan terhadap Merek Terkenal dengan tujuan untuk memudahkan pemasaran. Hal ini dilakukan umumnya untuk kepentingan sesaat, namun sangat merugikan konsumen (Charles, 2013).

Salah satu sengketa merek yang terjadi yaitu perselisihan antara POSKOTA milik PT. Media Anatarkota Jaya dan POSKOTACO milik PT. Media Suara Millenial, keduanya bergerak dibidang media dan telah terdaftar di Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual. PT. Media Anatarkota Jaya menggugat PT Media Suara Millenial dan Pemerintah Republik Indonesia cq. Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia cq. Direktur Jenderal Kekayaan Intelektual cq.Direktorat untuk melakukan pembatalan nama POSKOTACO dari merek dagang mereka. Gugatan pihak POSKOTA beralasan bahwa merek POSKOTACO memiliki persamaan pada pokok atau keseluruhannya dengan merek POSKOTA untuk jasa sejenis. Media online POSKOTACO diduga memiliki itikad tidak baik dan merupakan salah satu bentuk persaingan curang. Penggugat mengaku telah menggunakan nama POSKOTA sejak taun 1970 dan telah mendaftarkan nama tersebut sejak tahun 2010 dengan Nomor Pendaftaran IDM000875516 kelas 16 untuk jenis media cetak. Kemudian pada tahun 2020 PT. Media Anatarkota Jaya mengajukan permohonan pendaftaran merek POSKOTA DAN POSKOTA.CO.ID kelas jasa 41 untuk jenis jasa berita online namun ditolak karena terdapat nama merek yang sama yaitu POSKOTACO. PT. Media Anatarkota Jaya mengaku keberatan dengan terdaftarnya nama POSKOTACO dengan Nomor Pendaftaran IDM000890434 kelas jasa 41 untuk jenis jasa berita online karena dapat menimbulkan kekeliruan di masyarakat luas dan mengira media online POSKOTACO memiliki hubungan atau seakan-akan merek tersebut merupakan bagian dari POSKOTA yang lebih dulu dikenal masyarakat.

Teori yang digunakan dalam penulisan jurnal ini adalah teori perlindungan hukum. Fitzgerald mengutip istilah teori perlindungan hukum dari Salmond bahwa hukum bertujuan mengintegrasikan dam mengkoordinasikan berbagai kepentingan dalam masyarakat karena dalam suatu lalu lintas kepentingan, perlindungan terhadap kepentingan tertentu dapat dilakukan dengan cara membatasi berbagai kepentingan di lain pihak. Kepentingan hukum adalah mengurusi hak dan kepentingan manusia, sehingga hukum memiliki otoritas tertinggi untuk menentukan kepentingan manusia yang perlu diatur dan dilindungi.(Satjipto Raharjo, 2000) Menurut Satjipto Raharjo, Perlindungan hukum harus melihat tahapan yakni perlindungan hukum lahir dari suatu ketentuan hukum dan segala peraturan hukum yang diberikan oleh masyarakat yang pada dasarnya merupkan kesepakatan

masyarakat tersebut untuk mengatur hubungan perilaku antara anggota-anggota masyarakat dan antara perseorangan dengan pemerintah yang dianggap mewakili kepentingan masyarakat.(Satjipto Raharjo, 2000)

Menurut Philipus M. Hadjon terdapat dua macam perlindungan hukum yaitu perlindungan hukum preventif dan represif. Perlindungan hukum preventif bertujuan untuk mencegah terjadinya sengketa. Perlindungan hukum preventif memberikan kesempatan kepada subyek hukum untuk mengajukan keberatan atau pendapatnya terhadap keputusan yang dikeluarkan pemerintah. Perlindungan hukum preventif sangat besar artinya bagi tindak pemerintahan yang didasarkan pada kebebasan bertindak karena dengan adanya perlindungan hukum yang preventif pemerintah terdorong untuk bersifat hati-hati dalam mengambil keputusan yang didasarkan pada diskresi. Perlindungan hukum yang represif bertujuan untuk menyelesaikan sengketa. Penanganan perlindungan hukum oleh Pengadilan Umum dan Pengadilan Administrasi di Indonesia termasuk kategori perlindungan hukum ini. (Hadjon, 1987)

Penelitian megenai sengketa persamaan merek telah dilakukan oleh beberapa peneliti. Namun penelitian ini memiliki perbedaan mendasar terhadap penelitian yang telah ada, hal ini bertujuan untuk membuktikan orisinalitas jurnal yang telah dibuat oleh penulis. Berikut adalah beberapa penelitian dengan tema yang sama dengan penulis.

Jurnal penelitian yang pertama dengan judul "Pelanggaran Merek Dagang Dalam Kasus Persamaan Nama Merek Pada Geprek Bensu Menurut UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis" oleh Vieri Aspriola (Aspriola, 2022). Fokus penelitian ini adalah analisis Putusan No. 57/Pdt.Sus-Merek/2019/Pn Niaga Jkt-Pst yang dimana majelis hakim menggunakan sistem first to file sebagai dasar pembatalan merek GEPREK BENSU milik Ruben Samuel Onsu sebagai pihak penggugat.

Jurnal penelitian kedua berjudul "Pengaturan Sertifikat Hak Merek Yang Dibatalkan Akibat Pelanggaran Persamaan Logo Merek Dagang (Analisis Kasus Persamaan Logo Cap Kaki Tiga dengan Lambang Negara Isle of Man)". Objek sengketa dalam penelitian ini ialah persamaan logo cap kaki tiga dengan lambang negara Koloni Inggris yaitu Isle of Man. Penelitian ini lebih fokus pada akibat hukum dari Putusan Peninjauan Kembali Nomor 85 PK/Pdt.Sus-HKI/2015 yang membatalkan keseluruhan sertifikat merek Cap Kaki Tiga, dan pengaturan tentang sertifikat hak merek yang dibatalkan akibat pelanggaran persamaan logo merek dagang Cap Kaki Tiga dengan lambang negara Isle of Man.

Penelitian-penelitian diatas memiliki topik yang sama dengan penulis yaitu terkait sengketa persamaan merek, tetapi jurnal yang dibuat oleh penulis lebih fokus pada pengkajian analisis putusan Hakim Mahkamah Agung No. 39 /Pdt.Sus-Merek/2022/PN Niaga Jkt.Pst berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Setelah dilakukan pelacakan, telaah terkait Kajian Yuridis kasus persamaan merek POSKOTA dan POSKOTACO dalam putusan No. 39 /Pdt.Sus-Merek/2022/PN Niaga Jkt.Pst sampai saat ini belum terdeteksi. Oleh karena itu dapat disimpulkan jurnal yang ditulis oleh penulis dengan dapat dipertanggungjawabkan orisinalitasnya.

Berdasarkan uraian pada latar belakang permasalahan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang topik tersebut dan mengangkatnya dalam bentuk Jurnal ini dengan judul "Tinjauan Yuridis Kasus Persamaan Merek POSKOTA dan POSKOTACO (Studi Putusan No. 39 /Pdt.Sus-Merek/2022/PN Niaga Jkt.Pst)". Dengan permasalahan, Bagaimana tinjauan yuridis sengketa persamaan merek menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis? dan Bagaimana dasar pertimbangan hakim dalam memutus perkara persamaan merek POSKOTA dan POSKOTACO dalam putusan No. 39 /Pdt.Sus-Merek/2022/PN Niaga Jkt.Pst.

2. METODE

Metode pendekatan dalam penelitian jurnal ini adalah yuridis normatif atau pendekatan dari segi per undang-undangan yang berlaku. Penelitian yuridis normatif adalah penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti atau mempelajari masalah dilihat dari segi aturan hukumnya, meneliti bahan pustaka atau meneliti data sekunder.(Ali, 2016) Penelitian ini dilakukan dengan mengkaji

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dan mengaitkannya dengan praktek di lapangan. Spesifikasi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini bersifat deskriptif analitis yaitu penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku lalu dikaitkan dengan teori hukum serta praktek pelaksanaan hukum. Menurut Moleong deskriptif analitis ialah penelitiang yang menggunakan karakteristik kualitatif,karena diterapkan batas atas dasar fokus yang timbul sebagai masalah dalam penelitian. (Moleong, 1996).

Metode pengumpulan dilakukan dengan studi kepustakaan yaitu dengan menelaah peraturan-peraturan, jurnal hukum, hasil penelitian, literatur-literatur lain yang berkaitan dengan merek. Metode analisis data yang digunakan adalah metode kualitatif. Data hasil penelitian yang bersumber dari bahan hukum primer maupun bahan hukum sekunder disajikan dalam bentuk analisis data guna menjawab penelitian ini untuk kemudian disusun dalam bentuk tulisan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tinjauan Yuridis Sengketa Persamaan Merek Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

Di Indonesia pengturan terkait merek pertama kali diatur dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 tentang Merek Dagang dan Merek Perniagaan. Kemudian pada tahun 1992 dilakukan pembaharuan dengan mengeluarkan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 menggantikan Undang-Undang Merek tahun 1961 prinsip utama Undang-Undang ini, yaitu hak merek diperoleh melalui pemakaian pertama kali *(first to use system).* Kemudian dilakukan perubahan lagi pada tahun 1997 dengan mengeluarkan Undang-undang Nomor 14 Tahun 1997 tentang Perubahan atas Undang-undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek. Setelah berlaku selama empat tahun,Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997 digantikan oleh Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 2001 Tentang Merek. Dan kemudian pengaturan tentang merek yang terbaru dituangkan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis yang disahkan pada tanggal 25 November 2016. (Sudarsono, 2018)

Pada hakikatnya suatu merek digunakan oleh produsen atau pemilik merek untuk melindungi produknya, baik berupa jasa atau barang dagang lainnya. Jadi, suatu merek memiliki berbagai fungsi yaitu fungsi pembeda, fungsi jaminan reputasi, fungsi promosi, fungsi rangsangan investasi dan pertumbuhan industri. Menurut Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, "*Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa*."

Sebagaimana tertulis dalam Pasal 1 angka 5 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis " *Hak atas Merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik Merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri Merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya*." Berdasarkan bunyi pasal tersebut dapat disimpulkan bahwa Hak Merek sendiri merupakan suatu bentuk perlindungan Hak Kekayaan Intelektual yang memberikan hak eksklusif kepada pemilik merek terdaftar untuk mengunakan merek tersebut untuk kepentingan pribadi atau mengizinkan pihak lain menggunakan merek tersebut (lisensi) dalam perniagaan barang dan/atau jasa sesuai jenis dan kelas merek tersebut terdaftarSuatu merek akan memperoleh perlindungan hukum apabila merek tersebut telah didaftarkan lebih dulu pada Dirjen KI Departemen Hukum dan HAM yang nantinya akan mendapatkan hak atas merek. Di Indonesia menerapkan sistem pendaftaran merek berdasar pada sistem konstitutif. Dimana pada sistem ini terdapat keharusan melalui proses pendaftaran terlebih dahulu agar nantinya suatu merek mendapatkan perlindungan, sistem ini dikenal juga dengan sebutan sistem *first to file* (Putu Eka Krisna Sanjaya, 2018) Bentuk perlindungan hukum menurut Philipus M. Hadjon terdapat dua macam yaitu perlindungan hukum preventif dan represif. Perlindungan hukum secara preventif dalam kaitannya

dengan merek yaitu dengan pendaftaran merek. Pihak lain tidak boleh meganggu gugat merek yang telah didaftarkan atau dengan kata lain merek yang telah terdaftar tidak perlu dikhawatirkan apabila adanya tuntutan dari pihak lain dikarenakan merek yang didaftarkannya telah dilindungi undang - undang. Sedangkan perlindungan hukum secara represif dilakukan apabila terdapat pelanggaran hak atas merek dengan adanya gugatan perdata atau tutuntan pidana. Dalam hal ini pemilik merek terdaftar akan mendapat perlindungan hukum atas tindakan pelanggaran hak atas suatu merek.

Suatu merek akan memperoleh perlindungan hukum apabila merek tersebut telah didaftarkan lebih dulu pada Dirjen KI Departemen Hukum dan HAM yang nantinya akan mendapatkan hak atas merek. Di Indonesia menerapkan sistem pendaftaran merek berdasar pada sistem konstitutif. Dimana pada sistem ini terdapat keharusan melalui proses pendaftaran terlebih dahulu agar nantinya suatu merek mendapatkan perlindungan, sistem ini dikenal juga dengan sebutan sistem *first to file* (Putu Eka Krisna Sanjaya, 2018) Bentuk perlindungan hukum menurut Philipus M. Hadjon terdapat dua macam yaitu perlindungan hukum preventif dan represif. Perlindungan hukum secara preventif dalam kaitannya dengan merek yaitu dengan pendaftaran merek. Pihak lain tidak boleh meganggu gugat merek yang telah didaftarkan atau dengan kata lain merek yang telah terdaftar tidak perlu dikhawatirkan apabila adanya tuntutan dari pihak lain dikarenakan merek yang didaftarkannya telah dilindungi undang - undang. Sedangkan perlindungan hukum secara represif dilakukan apabila terdapat pelanggaran hak atas merek dengan adanya gugatan perdata atau tutuntan pidana. Dalam hal ini pemilik merek terdaftar akan mendapat perlindungan hukum atas tindakan pelanggaran hak atas suatu merek.

Segala aturan terkait pendaftaran merek, dimulai dari prosedur pengajuan permohonan pendaftaran merek dan pemerikasaan terhadap pendaftaran merek, telah diatur secara jelas dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis dan Permenkumham RI No 67 Tahun 2016 Tentang Pendaftaran Merek. Pelaku usaha mengajukan permohonan merek kepada Kementrian Hukum dan Hak Asasi Manusia yang dalam hal ini yaitu Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual. Pada saat akan mengajukan permohonan pelaku usaha wajib memperhatikan hal-hal yang harus dipenuhi dan dilarang. Ketentuan mengenai merek yang tidak dapat didaftarkan diatur dalam Pasal 20 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis yang berbunyi:

Pasal 20, Merek tidak dapat didaftarkan jika:

a. bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan, atau ketertiban umum;
b. sama dengan, berkaitan dengan, atau hanya menyebut barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya;
c. memuat unsur yang dapat menyesatkan masyarakat tentang asal, kualitas, jenis, ukuran, macam, tujuan penggunaan barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya atau merupakan nama varietas tanaman yang dilindungi untuk barang dan/atau jasa yang sejenis;
d. memuat keterangan yang tidak sesuai dengan kualitas, manfaat, atau khasiat dari barang dan/atau jasa yang diproduksi;
e. tidak memiliki daya pembeda; dan/atau
f. merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis dibuat untuk melindungi pemegang hak atas merek terdaftar dari itikad tidak baik pelaku usaha yang menimbulkan sengketa merek. Sekalipun demikian masih terdapat pelanggaran-pelangaran terhadap merek terutama mengenai unsur persamaan pada pokoknya (Putri, 2019) Pelanggaran persamaan pada pokoknya yang menyebabkan timbulnya kebingungan tentang sumber afliasi atau koneksi. Pelanggaran ini dikenal pula dengan istilah *likelihood of confusion* (persamaan yang membingungkan) yang dalam undang-undang merek Indonesia disebut sebagai "persamaan pada pokoknya"(Charles, 2013) Terdeteksinya adanya suatu unsur persamaan pada pokoknya dalam suatu merek dapat berakibat merek tersebut

ditolak, Ketentuan mengenai permohonan merek ditolak tersebut dijelaskan dalam Pasal 21 ayat 1 sampai 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis yang berbunyi:

Pasal 21:

1. Permohonan ditolak jika Merek tersebut mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan:
   a. Merek terdaftar milik pihak lain atau dimohonkan lebih dahulu oleh pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis;
   b. Merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis;
   c. Merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa tidak sejenis yang memenuhi persyaratan tertentu; atau d. Indikasi Geografis terdaftar.
2. Permohonan ditolak jika Merek tersebut:
   a. merupakan atau menyerupai nama atau singkatan nama orang terkenal, foto, atau nama badan hukum yang dimiliki orang lain, kecuali atas persetujuan tertulis dari yang berhak;
   b. merupakan tiruan atau menyerupai nama atau singkatan nama, bendera, lambang atau simbol atau emblem suatu negara, atau lembaga nasional maupun internasional, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang; atau
   c. merupakan tiruan atau menyerupai tanda atau cap atau stempel resmi yang digunakan oleh negara atau lembaga Pemerintah, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang.
3. Permohonan ditolak jika diajukan oleh Pemohon yang beriktikad tidak baik.

Apabila pada saat permohonan Merek didapati bentuk tulisan, lukisan, logo, atau susunan warna yang sama dengan Merek milik pihak lain atau Merek yang sudah dikenal oleh masyarakat secara umum sejak bertahun-tahun, ditiru sedemikian rupa sehingga memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan Merek yang sudah dikenal tersebut, maka dapat dapat dikatakan sudah terjadi iktikad tidak baik dari Pemohon karena setidak-tidaknya patut diketahui adanya unsur kesengajaan dalam meniru Merek yang sudah dikenal tersebut.(Prasomya & Santoso, 2022) Pelanggaran terhadap hak merek motivasinya adalah untuk mendapatkan keuntungan secara mudah dengan mencoba meniru, atau memalsukan merek yang sudah terkenal di masyarakat. Tindakan tersebut dapat merugikan masyarakat baik terhadap produsen maupun konsumennya. Selain itu negarapun dirugikan atas tindakan tersebut (Jacklin Mangowal, 2017) Pemilik merek yang merasa dirugikan akibat adanya pihak yang melakukan tindakan menjiplak merek miliknya dapat mengajukan permohonan pembatalan merek kepada menteri dengan berdasarkan alasan pada Pasal 20 dan 21 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis hal tetsebut tertulis dalam pasal 76 yang berbunyi:

Pasal 76:

a. Gugatan pembatalan Merek terdaftar dapat diajukan oleh pihak yang berkepentingan berdasarkan alasan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 20 dan/atau Pasal 21
b. Pemilik Merek yang tidak terdaftar dapat mengajukan gugatan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) setelah mengajukan Permohonan kepada Menteri.
c. Gugatan pembatalan diajukan kepada Pengadilan Niaga terhadap pemilik Merek terdaftar.

Pembatalan merek diajukan kepada Pengadilan Negeri Niaga bagi pemilik merek terdaftar. Jangka waktu gugatan sebagaimana tertulis dalam Pasal 77 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis yang berbunyi:

Pasal 77:

a. Gugatan pembatalan pendaftaran Merek hanya dapat diajukan dalam jangka waktu 5 (lima) tahun terhitung sejak tanggal pendaftaran Merek.
b. Gugatan pembatalan dapat diajukan tanpa batas waktu jika terdapat unsur iktikad tidak baik dan/atau Merek yang bersangkutan bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan, dan ketertiban umum.

Gugatan terkait pelanggaran merek dapat diajukan oleh pemilik ke pengadilan niaga berupa ganti rugi dan pemberhentian segala perbuatan terkait merek tersebut. Hal terebut sebagaimana tertuls dalam Pasal 83 ayat 1 yang berbunyi:

Pasal 83:

Pemilik Merek terdaftar dan/atau penerima Lisensi Merek terdaftar dapat mengajukan gugatan terhadap pihak lain yang secara tanpa hak menggunakan Merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya untuk barang dan/atau jasa yang sejenis berupa:

a. gugatan ganti rugi; dan/atau
b. penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan Merek tersebut.

Pelangaran merek berupa pemakaian merek yang memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek yang sudah terdaftar merupakan suatu tindakan melawan hukum yang merugikan banyak pihak yang dapat dijatuhi sanksi pidana. Pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis penyelesaian sengketa pemakaian merek yang memiliki persamaan dan pokoknya melalui upaya pidana diatur dalam Pasal 100 ayat 2 yang menyatakan "Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan Merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya dengan Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah)."

Dasar Pertimbangan Hakim dalam Memutus Perkara Persamaan Merek POSKOTA dan POSKOTACO dalam Putusan No. 39 /Pdt.Sus-Merek/2022/PN Niaga Jkt.Pst

Kasus pelanggaran merek yang tercatat dalam Putusan Mahkamah No. 39 /Pdt.Sus-Merek/2022/PN Niaga Jkt.Pst, merupakan kasus yang terjadi antara POSKOTA milik PT. Media Anatarkota Jaya dan POSKOTACO milik PT. Media Suara Millenial, keduanya bergerak dibidang media dan telah terdaftar di Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual. PT. Media Anatarkota Jaya (POSKOTA) selaku pihak yang dirugikan menggugat PT. Media Suara Millenial (POSKOTACO). Objek perkara dalam putusan tersebut adalah pelanggaran merek yang memiliki persamaan pada pokoknya.

PT. Media Antarkota Jaya selaku penggugat mengajukan surat gugatan pembatalan merek pada tanggal 20 April 2022 yang diterima dan didaftarkan di Kepaniteraan Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat pada tanggal 25 April 2022 dengan Nomor Register nomor 39/Pdt.Sus-Merek/2022/PN Niaga Jkt Pst. Dasar pengajuan gugatan pembatalan merek tersebut ialah berdasarkan alasan sebagaimana tertulis dalam pasal 20 dan 21 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Dalam gugatannya PT. Media Antarkota Jaya mengaku lebih dulu menggunakan dan mendaftarkan nama POSKOTA dengan nomor pendaftaran IDM000875516 pada tanggal 10 Januari 2010 kelas 16 untuk jenis media cetak dan mengajukan permohonan merek kembali pada tahun 2020 kelas 41 untuk jenis jasa berita online namun ditolak karena terdapat nama merek yang sama yaitu POSKOTACO. Sedangkan PT. Media Suara Millenial diketahui telah mendaftarkan merek POSKOTACO dengan nomor pendaftaran IDM000890434 pada 31 Januari 2020 kelas 41 untuk jenis jasa berita online.

PT. Media Antarkota Jaya berdasarkan keterangannya telah menggunakan nama POSKOTA sejak tahun 1970, diawali dengan didirikannya sebuah yayasan bernama Antarkota oleh Yachya Suryawinata, Harmoko, Tahar, S. Abijasa dan Pansa Tampubolon, yang ketiganya berlatar belakang wartawan. tujuan utama pendirian yayasan adalah untuk mengembangkan usaha dibidang penerbitan. Kemudian berdasarkan kesepakatan para pendiri terciptalah nama POSKOTA untuk memberi nama surat kabar terbitan mereka. Menurut para pendiri nama POSKOTA tersebut merupakan penjabaran dari ide tentang keinginan menyampaikan berbagai informasi bisa dikatakan semacam "pos" yang diketahui merupakan sarana yang dilakukan orang untuk menyampaikan pesan, berita dan peristiwa, sedangkan kata "kota" merupakan bagian penggalan dari nama yayasan tersebut. Disepakati juga logo surat kabar POSKOTA yaitu dengan menambahkan Tugu Monas pada huruf O dari kata "Kota." Lambang tersebut diambil sebagai ciri khas penyajian berita perkotaan yang diperlukan warga Jakarta.

Pada tahun 2020 PT. Media Antarkota Jaya hendak mengajukan permohonan pendaftaran merek POSKOTA.CO.ID kelas 41 untuk jasa berita online, akan tetapi permohonan tersebut ditolak dengan merek POSKOTACO Nomor Pendaftaran IDM000890434 kelas jasa 41. PT. Media Antarkota Jaya selaku penggugat merasa dirugikan karena merasa PT. Media Suara Milenial memanfaatkan celah hukum dengan mendahului pendaftaran merek POSKOTACO sebagai jasa berita online, sehingga pihak penggugat mengajukan banding atas penolakan permohonan merek tersebut karena terdaftarnya merek POSKOTACO milik PT. Media Suara Milenial. Kemudian berdasarkan penelusuran yang dilakukan oleh pihak penggugat ditemukan fakta bahwa terdapat mantan wartawan dan karyawan POSKOTA yang bekerja di POSKOTACO. Sehingga pihak penggugat berdasarkan fakta tersebut beranggapan bahwa kesamaan nama merek tersebut bukan merupakan suatu kebetulan namun terdapat itikad tidak baik dari pihak POSKOTACO.

Pihak POSKOTA memberikan bukti bahwa terdapat itikd tidak baik dari tergugat yaitu ketika Harian POSKOTA milik Penggugat berulang tahun ke 51 terdapat ucapan selamat ulang tahun dari Humas Polda Lampung kepada peggugat namun ternyata pada pojok atas terdapat nama harian POSKOTACO milik tergugat, hal ini menunjukan seolah-olah dimuat diharian penggugat namun pada faktanya itu ada didalam pemberitaan harian milik tergugat. Hal tersebut dapat mengelabui pembaca yang mengira ucapan ulang tahun tersebut ada didalam harian POSKOTA padahal bukan. Kesamaan pada merek POSKOTA dan POSKOTACO dapat mengecoh para pembaca yang mengira bahwa POSKOTACO merupakan bagian dari media cetak POSKOTA.

PT. Media Antarkota Jaya selaku penggugat mengajukan gugatan pembatalan merek berdasarkan Pasal 21 ayat 1 huruf a Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis yang menyatakan "*Permohonan ditolak jika Merek tersebut mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan: a. Merek terdaftar milik pihak lain atau dimohonkan lebih dahulu oleh pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis;"* Kemudian berdasarkan penjelasan Pasal 21 Ayat (1) Undang Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis yang dimaksud dengan "persamaan pada pokoknya" adalah : "y*ang dimaksud dengan "persamaan pada pokoknya" adalah kemiripan yang disebabkan oleh adanya unsur yang dominan antara Merek yang satu dengan Merek yang lain sehingga menimbulkan kesan adanyapersamaan, baik mengenai bentuk, cara penempatan, cara penulisan atau kombinasi antara unsur, maupun persamaan bunyi ucapan, yang terdapat dalam Merek tersebut."*

Kedua merek ini memiliki logo yang keduanya menggunakan tulisan berhuruf kapital. Pada logo POSKOTA pada huruf kedua O terdapat Tugu Monas sedangkan milik POSKOTACO terdapat siluet Tugu Monas pada O kedua. Yang membedakan dari kedua logo tersebut ialah *font*, warna dan peletakan Tugu Monas pada huruf O. Menurut penggugat unsur dominan dalam merek POSKOTACO milik tergugat adalah kata POSKOTA yang dibaca POSKOTA sedangkan kata CO hanyalah keterangan yang melengkapi dari unsur yang dominan kata POSKOTA. Dapat dikatakan kedua merek tersebut memiliki persamaan bunyi atau ucapan.

Gambar 1. Logo POSKOTA dan POSKOTACO

Persamaan bunyi atau ucapan adalah persamaan yang timbul dari pendengaran apabila sebuah merek diucapkan. Persamaan ucapan ini memiliki ciri-ciri yaitu membingungkan ketika didengar. Biasanya persamaan ucapan ini selalu berkaitan dengan persamaan cara penulisan, karena kebanyakan merek yang bunyinya hampir sama adalah merek yang tulisannya hampir sama juga. Selain itu, persamaan ucapan juga sering berkaitan dengan persamaan cara penempatan. Hal ini dikarenakan merek yang terdengar mirip seringkali memiliki unsur tulisan berupa kata atau huruf yang hampir sama. Namun, persamaan ucapan juga dapat terjadi pada merek yang tulisannya berbeda namun memiliki bunyi yang sama atau yang sering disebut dengan homofon.(Aspriola & Israd, 2022)

Tergugat PT. Media Suara Millenial (POSKOTACO) pada gugatan yang diajukan oleh PT. Media Antarkota Jaya gugatan telah mengajukan jawaban pada pokoknya dalam eksepsi yang menyatakan Tergugat dengan tegas membantah seluruh dalil-dalil Penggugat dalam surat gugatannya. Tergugat menyatakan bahwa ia adalah Pemegang Hak atas merek Jasa POSKOTACO dengan nomor pendaftaran IDM000890434 pada Direktorat Merek dan Indikasi Goegrafis Direktorat Jenderal Hak Kekayaan, Kementerian Hukum dan Hak Manusia dengan tanggal penerimaan permohonan pendaftaran Merek 31 januari 2020 dan berlaku hingga sampai 31 Januari 2030, untuk jenis jasa penyedia berita online: situs web online agar mempublikasikan berita dan lain-lain dalam kelas 41. Tergugat menolak dalil adanya itikad tidak baik karena tergugat telah melewati tahapan pemeriksaan subtantif untuk merek POSKOTACO milik Tergugat didaftarkan untuk kelas jasa 41 yang pelindungannya jenis jasa /barang tidak sama atau tidak sejenis dengan jenis barang POSKOTA milik penggugat yang terdftar dengan kelas jasa 16 yaitu jenis barang-barang cetakan.

Tergugat mengajukan 2 (dua) saksi ahli untuk meyakinkan hakim bahwa POSKOTACO tidak memiliki unsuk persamaan pada pokoknya dan juga beritikad tidak baik untuk menjiplak merek POSKOTA. Saksi ahli pertama bernama Wina Armada, S.H.menyatakan bahwa nama-nama media yang memiliki persamaan pada pokoknya tidaklah menjadi persoalan. Cukup banyak media yang menggunakan nama yang hampir sama (persmaan pada pokoknya), misalnya untuk koran ada Koran Benih Merdeka dan Koran Merdeka. Kemudian ia mengatakan bahwa antara Media Cetak, Media Online tidak memiliki persamaan pada pokoknya atau berbeda jenis usaha, dikarenakan kedua jenis kantor berita itu diatur dalam regulasi dan pengawasan yang berbeda-beda. Misalnya media online pengaturan terdapat di Kementerian komunikasi dan Undang-Undang Informasi dan. Transaksi Elektronik (UU ITE) sedangkan surat kabar di atur dalam Undang-Undang Pers No.40 tahun 1999 serta pengawasannya oleh Dewan Pers. Kemudian saksi ahli kedua bernama DR. FX Suyud Margono, S.H., M.Hum., FCIArb mengemukakan bahwa bila merek sudah terdaftar dan telah memiliki sertifikat maka hal itu dipastikan telah selesai dilakukan pemeriksaan Subtantif. Dalam pemeriksaan subtantif merek, pemeriksa akan memeriksa permohonan merek, salah satunya apakah memilik persamaan pada pokoknya dan memiliki Itikad tidak baik atau tidak sebagaimana ketentuan pada Pasal 20 dan Pasal 21 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Kemudian ia juga mengatakan bahwa merek POSKOTA kelas 16 milik Penggugat, dengan merek POSKOTACO kelas 41 milik Tergugat berbeda kelas maupun penyebutan serta pendistribusian beritanya berbeda tidaklah menjadi masalah hukum keduanya telah terdaftar di Ditjen HKI.

Berdasarkan keterangan saksi bernama Masadah yang diajukan penggugat pada saat ia ditunjukan bukti P-25 berupa Daftar nama Redaksi pada Website poskota.co/redaksi milik tergugat, Masadah mengatakan bahwa ia mengetahui nama-nama yang tercantum dalam daftar nama redaksi tersebut karne nama-nama tersebut merupakan mantan wartawan di POSKOTA yang sudah tidak bekerja di POSKOTA sejak tahun 2010.

Dasar hukum yang digunakan oleh Majelis Hakim untuk memutus perkara pembatalan merek ini berdasarkan pada Pasal 76 jo. Pasal 20, Pasal 21 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek serta peraturan-peraturan lain yang bersangkutan. Majelis hakim mengabulkan gugatan penggugat untuk seluruhnya dan memerintahkan tergugat untuk mencoret dan membatalkan pendaftaran Merek POSKOTACO. Berikut adalah dasar pertimbangan hakim dalam putusan No. 39 /Pdt.Sus-Merek/2022/PN Niaga Jkt.Pst :

1. Majelis hakim menyatakan bahwa pendaftaran merek POSKOTA milik penggugat lebih dahulu dibandingkan merek POSKOTACO milik tergugat, yaitu pada Nomor Pendaftaran : IDM000875516 kelas 16 tanggal permohonan 10 Januari 2020, Merek POSKOTA Nomor Pendaftaran : IDM000923206 kelas 16 tanggal permohonan 11 Desember 2020, merek POSKOTA NEWS Nomor Pendaftaran : IDM000858473 kelas 16 tanggal permohonan 20 Nopember 2019 dan merek POSKOTA Nomor Pendaftaran : IDM000545816 tanggal permohonan 01 Juli 2014 sedangkan merek tergugat terdaftar pada Merek POSKOTACO Nomor Pendaftaran : IDM000890434 kelas jasa 41 tanggal permohonan : 31 Januari 2020.
2. Merek tersebut unsur pokoknya adalah kata POSKOTA, sehingga dapat menyesatkan konsumen. Oleh karena itu harus dinyatakan merek POSKOTACO mempunyai persamaan pada pokoknya dengan merek POSKOTA milik Penggugat. Sebagaimana tertulis dalam bahwa ketentuan Pasal 21 ayat (1) Undang-Undang Nomor: 20 Tahun 2016 , dalam penjelasannya memberikan pengertian apa yang dimaksud dengan "*persamaan pada pokoknya*" adalah kemiripan yang disebabkan oleh adanya unsur yang dominan antara merek yang satu dengan merek yang lain sehingga menimbulkan kesan adanya persamaan, baik mengenai bentuk, cara penempatan, cara penulisan atau kombinasi antara unsur, maupun persamaan bunyi ucapan yang terdapat dalam merek tersebut. Menurut Yurisprudensi Mahkamah Agung RI No:279 PK/1992 tanggal 6 Januari 1998, merek yang dinyatakan mempunyai persamaan pada pokoknya dapat di gambarkan sebagai berikut : sama bentuk, sama komposisi, sama kombinasi, sama elemen, adanya persamaan bunyi,ucapan dan persamaan penampilan;
3. Bahwa berdasarkan ketentuan Pasal 21 ayat (1) dan Yurisprudensi tersebut, maka diperoleh cara membandingkan antara merek yang satu dengan merek yang lain, dengan melihat secara visual persamaan dan perbedaan, memperhatikan ciri penting dan kesan kemiripan antara keduanya, sehingga dapat dipastikan adanya kesamaan dan adanya peristiwa pelanggaran merek;
4. Untuk membuktikan bahwa merek Penggugat dan Tergugat memiliki persamaan pada pokoknya dapat dilihat bukti yang diajukan penggugat P-13, P-14, dan diperkuat oleh keterangan saksi fakta Penggugat saudara Herman, dan 2 orang saksi fakta dari Tergugat pun menyatakan bahwa merek keduanya sama pada pokoknya atau mirip, serta permohonan merek ditolak apabila memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek pihak lain atau persamaan pada keseluruhan dengan mereka pihak lain untuk barang atau barang yang sejenis
5. Berdasarkan bukti yang diajukan oleh Penggugat khususnya bukti P-1 sampai dengan bukti P-15 yaitu sertifikat pendaftaran merek oleh Penggugat pada Direktorat Merek dan indikasi geografis dan di hubungkan oleh keterangan saksi HERMANSYAH dan saksi MASAADAH, yang menerangkan pihak yang mendaftarkan merek POSKOTACO adalah karyawan dari surat Kabar POSKOTA yang sudah tidak bekerja lagi, namun mempunyai hubungan yang erat dengan surat kabar dengan merek POSKOTA milik Penggugat.
6. Majelis hakim menyatakan bahwa dikarenakan yang mengajukan pendaftaran Merek POSKOTACO adalah Sebagian Sebagian besar ialah mantan karyawan Surat Kabar POSKOTA, maka pendaftaran yang dilakukan oleh Tergugat dinilai oleh Majelis Hakim mempunyai iktikad tidak, atau mendompleng merek yang sudah dikenal.
7. Majelis hakim berpendapat, bahwa koran POSKOTA, sudah dikenal sejak dahulu dan tersebar diseluruh Indonesia, walaupun tidak bisa kita kategorikan sebagai merek terkenal
8. Majelis hakim berpendapat bahwa tentang bukti-bukti yang diajukan oleh Tergugat dan saksi-saksi serta ahli-ahli justru mendukung dalam pembuktian gugatan Pengggugat ;
9. Majelis hakim dengan ini mengabulkan gugatan penggugat dan menghukum tergugat untuk membayar biaya perkara sebesar Rp2.190.000,00 (dua juta seratus sembilan puluh ribu rupiah) serta memerintahkan tergugat untuk mencoret dan membatalkan pendaftaran Merek POSKOTACO Nomor Pendaftaran : IDM000890434 kelas jasa : 41 tanggal permohonan : 31Januari 2020 atas nama tergugat.

4. KESIMPULAN

Merek yang telah terdaftar akan melindungi pemegang hak dari itikad tidak baik pelaku usaha yang menimbulkan sengketa merek akibat. Sengketa persamaan suatu merek pada pokoknya yang didasari itikad tidak baik oleh suatu pelaku usaha dengan tujuan menjiplak dan meniru merek yang sudah ada, menyebabkan timbulnya kebingungan konsumen dan berakibat merugikan produsen. Persamaan pada pokoknya adalah kemiripan yang disebabkan oleh adanya unsur yang dominan antara merek yang satu dengan merek yang lain sehingga menimbulkan kesan adanya persamaan, baik mengenai bentuk, cara penempatan, cara penulisan atau kombinasi antara unsur, maupun persamaan bunyi ucapan yang terdapat dalam merek tersebut. Pemilik merek yang merasa dirugikan akibat adanya pihak yang melakukan tindakan menjiplak merek miliknya dapat mengajukan permohonan pembatalan merek kepada menteri dengan berdasarkan alasan pada Pasal 20 dan 21 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Berdasarkan kasus antara merek POSKOTA dan POSKOTACO, maka dapat disimpulkan bahwa pendaftaran merek di Indonesia mengacu Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis dengan menggunakan prinsip first to file. Dasar hukum yang digunakan oleh Majelis Hakim untuk memutus perkara pembatalan merek ini berdasarkan pada Pasal 76 jo. Pasal 20, Pasal 21 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek serta peraturan-peraturan lain yang bersangkutan. Majelis hakim mengabulkan gugatan merek POSKOTA untuk seluruhnya dan memerintahkan tergugat untuk mencoret dan membatalkan pendaftaran Merek POSKOTACO.

REFERENSI

Ali, Z. (2016). *Metode Penelitian Hukum*. Sinar Grafika.

Aspriola, V., & Israd, A. C. (2022). Pelanggaran Merek Dagang Dalam Kasus Persamaan Nama Merek Pada Geprek Bensu Menurut UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. *Journal Evidence Of Law*, *1*(3), 31–41.

Charles Yeremia Far-Far, Sentot P.Sigito,S.H.,M.Hum, M.Zairul Alam,S.H., M. . (2013). TINJAUAN YURIDIS PEMBATALAN MEREK DAGANG TERDAFTAR TERKAIT PRINSIP ITIKAD BAIK (GOOD FAITH) DALAM SISTEM PENDAFTARAN MEREK (studi putusan nomor 356 K/Pdt.Sus-HaKI/2013). *Jurnal Fakultas Hukum Universitas Brawijaya, Malang*, 1–22.

Hadjon, P. M. (1987). *Perlindungan hukum bagi rakyat di Indonesia*. Bina Ilmu.

Jacklin Mangowal. (2017). PERLINDUNGAN HUKUM MEREK TERKENAL DALAM PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK. *Lex Et Societatis*, *V*(9), 22–29.

Joshua Jurgen Sumanti, Merry Elisabeth Kalalo, R. M. (2018). Akibat Hukum Pemakaian Merek Yang Memiliki Persamaan Pada Pokoknya Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis. *Lex Privatum*, *IX*(8), 1–15. https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/lexprivatum/article/download/40371/36155

Moleong, L. J. (1996). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT.Remaja Rosdakarya.

Prasomya, D. A., & Santoso, B. (2022). Tinjauan Yuridis Pembatalan Merek Dagang Terkait Prinsip Itikad Baik Dalam Sistem Pendaftaran Merek. *Notarius*, *15*(2), 660–675. https://doi.org/10.14710/nts.v15i2.27522

Putri, S. A. S. (2019). UNSUR PERSAMAAN PADA POKOKNYA DALAM PENDAFTARAN TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS DAN PELANGGARAN TERHADAP MEREK TERKENAL Sendy Anugrah Sutisna Putra Program Studi Magister Ilmu Hukum Pascasarjana Universitas Islam Bandung 1 . Latar Belakang Masalah Me. *AKTUALITA*, *2*(1).

Putu Eka Krisna Sanjaya, P. E. K. S. (2018). Perlindungan hukum terhadap hak merek terkenal di indonesia *. *Kertha Semaya : Journal Ilmu Hukum*, 1–12.

Satjipto Raharjo. (2000). *Ilmu Hukum*. PT. Citra Aditya Bakti.

sudarsono. (2018). Harmonisasi penyelesaian sengketa merek di pengadilan tata usaha negara dan pengadilan niaga. *Jurnal Rechtsvinding*, *7*(20), 49–65.