

PENYELESAIAN SENGKETA HAK ATAS MEREK TERKAIT PERSAMAAN LOGO

Ikang Fauzi, Yohanes Andreas, Aghni Najma Sumekar

Fakultas Hukum, Universitas Pamulang

Ikangfauzi671@gmail.com

ABSTRACT: A brand in the world of commerce is a company asset that aims to differentiate one product or service from another. Therefore a product must register its trademark to get protection from the many cases of imitation or similarities to existing brands. Anyone can get a brand, as long as they have innovation they can create their own brand. In today's development, it turns out that many things are happening, for example in a company that has the same brand on the logo with other companies. The similarity of the logo on the brand certainly creates a conflict where the parties feel that the brand is theirs. However, this can be proven by the existence of a brand certificate issued by the Directorate General of Intellectual Property, Ministry of Law and Human Rights of the Republic of Indonesia. Where the company that has obtained the certificate for the first time has the right to get protection from confusion regarding the brand similarity. The certificate owned by the company is proof of legal ownership of the recognized mark. This study aims to find out about how to resolve disputes regarding the existence of a logo similarity on a brand which of course refers to the Law on Trademarks and its legal protection for Marks. This research is based on the type of normative legal research, namely research that is used to study legal principles and principles that are carried out by examining library materials or secondary data. Secondary data was obtained from a study of literature and other literature related to the problem of brand disputes that have similarities in principle to a product.

Keywords : Equal logo, Brand, Dispute

PENDAHULUAN

Logo merupakan suatu identitas visual terhadap suatu entitas yang mempunyai kriteria khusus tertentu, seperti bentuk, filosofi, dan warna. Logo juga merupakan penyederhanaan dari suatu realitas yang kompleks sehingga dapat dikontrol, dimodifikasi, dan dibangun sesuai dengan perkembangan zaman. Identitas perusahaan adalah sekumpulan karakteristik suatu perusahaan yang menggambarkan jati diri perusahaan tersebut. Identitas perusahaan diakui sebagai faktor penting bagi perusahaan itu sendiri. Identitas perusahaan meliputi semua aspek fisik dari perusahaan yang dapat memperlihatkan citra perusahaan tersebut. Pembentukan identitas perusahaan agar dapat dikenal oleh masyarakat luas tak bisa dilepaskan dari logo.

Membuat suatu logo produk dalam bidang usaha akan lebih baik logo tersebut didaftarkan kedalam suatu hak cipta atau dapat juga di daftarkan ke dalam merek, untuk mencegah terjadinya pembajakan atau persamaan suatu produk. Suatu logo yang telah didaftarkan kedalam hak cipta dan merek akan memiliki perlindungan hukum berdasarkan pada Peraturan Perundang-undangan yang mengatur. Undang-undang yang mengatur logo yaitu Undang-undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta yang selanjutnya di sebut UUHC serta Undang-undang Nomor 11 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang selanjutnya disebut UUMIG.

Sebuah produk harus memiliki sifat pembeda atau ciri khas tersendiri. Ciri khas suatu produk tersebut bisa dikenalkan dengan melalui merek. Karena dengan merek sebuah produk dapat mempunyai nilai jual yang tinggi dan sebagai tanda pembeda dengan produk lainnya. Merek ini dapat digunakan sebagai “tameng” oleh para pengusaha untuk tetap mempertahankan produknya di dunia perdagangan bebas. Oleh karena itu merek ini digunakan untuk tetap menjaga agar tidak terjadi persaingan usaha yang tidak sehat dalam dunia perdagangan. Persaingan dianggap menjadi persaingan tidak sehat ketika sudah melanggar aturan-aturan yang tersedia dan melanggar norma-norma perdagangan yang hidup dimasyarakat.

Merek adalah merek yang dinyatakan secara grafis dalam bentuk gambar, simbol, nama, kata, huruf, angka, palet warna dua dan/atau tiga dimensi, suara, hologram, atau kombinasinya. satu atau lebih unsur tersebut yang membedakan barang dan/atau jasa yang dihasilkan oleh badan hukum, pemilik merek dan/atau penerima lisensi dari penerima lisensi merek sehubungan dengan badan hukum atau perdagangan barang dan/atau jasa; Menggugat pihak lain untuk menggunakan merek dagang yang secara materi atau seluruhnya mirip dengan barang dan/atau jasa; konfirmasi, penangguhan semua tindakan yang terkait dengan penggunaan merek dagang.

Pemilik merek dagang terkenal juga dapat menuntut berdasarkan perintah pengadilan. Perkara sebagaimana dimaksud diajukan ke Pengadilan Niaga. Hal ini menjelaskan perihal spesifikasi dan gambaran tentang merek berisi apa saja. Ketentuan diatas dijelaskan unsur-unsur merek dan kepemilikan merek yang menyatakan merek di peroleh dari pendaftaran hak cipta yang dilakukan secara resmi yang dimiliki oleh perseorangan maupun badan hukum. Pemilik merek yang sah dapat melakukan upaya hukum apabila ada pemalsuan atau penggunaan merek tanpa izin dari pemilik yang sah, maka upaya hukum bisa dilakukan dengan cara melakukan gugatan atas penggunaan merek yang tidak sah di pengadilan niaga.

Fungsi Merek mengenalkan dalam kegiatan produksi dan bisnis, merek memegang peran yang sangat penting bagi pemilik produk. Padahal, fungsi merek itu sendiri adalah untuk membedakan barang dan/atau jasa dengan barang dan/atau jasa lain yang memenuhi kriteria yang sama dalam kelompok barang dan/atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan anda memenuhi kriteria sama. saling memproduksi. Selain membangun loyalitas konsumen, melalui branding, strategi pemasaran bisa diterapkan dalam bentuk pengembangan produk ke arah komunitas pengguna, posisi berdirinya suatu merek dipengaruhi oleh kualitas barang yang dihasilkan oleh perusahaan pemilik merek tersebut. Sebuah produk atau jasa bermerek yang memiliki kualitas dan fungsi yang unggul atau yang dapat digunakan untuk mempengaruhi pasar adalah merek yang akan selalu diminati konsumen. Merek itu sendiri yang membuat barang itu mahal, bukan produknya. Dalam beberapa kasus, merek hanya berkaitan dengan produk itu sendiri, bukan produk itu sendiri.

Pelabelan barang atau jasa juga bisa mencegah persaingan komersial yang nir sehat, menandai barang atau jasa dari membedakannya dari produk berdasarkan asal, kualitas, dan memastikan bahwa produk tersebut asli. Sebuah produk yang terlalu mahal seringkali

bukan karena produk itu sendiri, tetapi karena pengaruh merek. Persaingan bisnis itu wajar, sebab merangsang perusahaan berlomba-lomba menaikkan hasil dan kualitas sebuah produk mengungguli pesaingnya dan ini terjadi kesejahteraan ekonomi. Kenyataannya, pengusaha bisnis persaingan kurang wajar, ikut dalam merek besar hampir identik, hal ini berdampak pada pembeli dan pemilik hakcipta yang dirugikan. Oleh karena itu, harus disadari oleh kita semua bahwa merek merupakan kreasi olah pikir manusia yang perlu diberi perlindungan hukum. Perkembangan dalam dunia bisnis yang menyangkut masalah merek seperti tersebut diatas, hal tersebut sebenarnya sangat memerlukan perhatian besar dari pemerintah untuk memberikan perlindungan hukum. Salah satu wujud perlindungan hukum yang dapat diberikan adalah pengaturan yang memadai tentang merek. Wujud lain perlindungan hukum dapat juga diperoleh dalam proses penegakan hukum.

Penggunaan merek dagang yang sama dalam hal ini adalah dalam kasus perusahaan PT. Terbit Financial Technology (GoTo). Litigasi merek dagang GoTo berlanjut. Setelah pengacara GoTo Group Juniver Girsang akan mengajukan gugatan, PT. Terbit Financial Technology berbicara. PT. Diterbitkan, kata Alfons Loemau dari firma hukum 74 dan *Associates*. sangat memahami upaya hukum PT. Karya Anak Bangsa (Gojek) dan PT. Tokopedia. Selain itu, ada proyek *initial public offering* (IPO) untuk Grup GoTo. Namun Alfons mencontohkan merek dagang GoTo yang diklaim PT. Karya Anak Bangsa (Gojek) dan PT. Tokopedia tidak sesuai aturan. Terdaftar dan dimiliki oleh pendaftar dan pemegang sertifikat merek Goto yaitu PT. Terbit Financial Technology mengeluarkan 42 sebagai sertifikat merek dagang dengan nomor IDM000858218, sertifikat tersebut dilindungi. Mengingat Indonesia menganut prinsip first filing sejak 10 Maret 2020 sampai dengan 10 Maret 2030. Perlindungan merek diberikan oleh lembaga negara yaitu Hukum dan Hak Asasi Manusia, Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual.

Kasus diatas mejadi sengketa merek dalam peranannya saling mengakui kepemilikan merek dengan mempunyai hak atas merek tersebut. sengketa ini masih berlangsung di Pengadilan dengan gugatan yang dilakukan pihak PT. Terbit Financial Technology (Goto) ke GoTo milik PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa (Gojek) dan PT. Tokopedia yang menjadi merek dengan nama yang mirip dengan merek Goto saat ini sedang diajukan ke pengadilan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis telah melakukan penelitian dengan judul “**Penyelesaian Sengketa Hak Atas Merek Terkait Persamaan Logo**”.

PERMASALAHAN

Penelitian ini mengkaji tentang penyelesaian sengketa hak atas merek terkait persamaan logo, agar penelitian tidak melebar terlalu jauh dari substansi, maka penelitian ini penulis batasi hanya dengan berkaitan dengan masalah-masalah yaitu, **Pertama** Bagaimana perlindungan hukum terhadap merek terdaftar yang memilikipersamaan pada pokoknya atau keseluruhannya ? dan **Kedua** Bagaimana dasar pertimbangan hakim dalam memutuskan perkara sengketa merk terkait persamaan logo PT. Terbit Financial Technology dengan PT. Tokopedia dan PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa (Gojek)?

METODELOGI PENELITIAN

Penelitian Hukum adalah proses analisa yang meliputi metode, sistematika dan pemikiran tertentu yang bertujuan untuk mempelajari gejala hukum tertentu, kemudian mengusahakan pemecahan atas masalah yang timbul. Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif normative. Penelitian kualitatif normative merupakan “penelitian yang dilakukan dengan meneliti bahan Pustaka atau data sekunder”. (Peter Mahmud Marzuk, 2010: 35)

Penelitian kualitatif normatif disebut juga sebagai penelitian hukum doktrinal. Menurut Peter Mahmud Marzuki bahwa “penelitian kualitatif normatif adalah suatu proses untuk menemukan suatu aturan hukum, prinsip-prinsip hukum, maupun doktrin-doktrin hukum guna menjawab isu hukum yang dihadapi”. Pada penelitian hukum jenis ini, sering hukum dikonsepsikan sebagai yang tertulis dalam peraturan perundang-undangan atau hukum dikonsepsikan sebagai kaidah atau norma yang merupakan patokan berperilaku manusia yang dianggap pantas”. (Soerjono Soekanto & Sri Mamudji, 2003: 13)

Pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini ialah pendekatan perundang-undangan (*statuta approach*), pendekatan kasus (*case approach*). Metode analisis data dilakukan dengan menghimpun data melalui penelaahan bahan kepustakaan atau data sekunder yang meliputi bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tertier, baik berupa dokumen-dokumen maupun peraturan-perundang-undangan yang berlaku yang berkaitan dengan analisis yuridis normatif terhadap penyelesaian sengketa Merek di Indonesia demikian juga pengaturan tentang ganti rugi. Untuk menganalisis bahan hukum yang telah terkumpul, dalam penelitian ini menggunakan metode analisis data kualitatif yaitu yuridis normatif yang disajikan secara deskriptif, yakni dengan menggambarkan penyelesaian sengketa merek dan ganti kerugian bagi pihak yang haknya dilanggar.

Adapun dalam penelitian penulis tentang “Penyelesaian Sengketa Hak Atas Merek Terkait Persamaan Logo” ini merupakan suatu penelitian hukum yuridis normative yaitu penelitian terhadap bahan hukum berupa perundang-undangan atau hukum tertulis yang didalam hal ini adalah Undang-Undang No 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. “Pada penelitian hukum diperlukan metode pendekatan yang dimaksudkan untuk mendapatkan informasi dari berbagai aspek mengenai isu-isu hukum yang sedangkan dicoba untuk dicari jawabannya”. Maka di dalam kaitannya dengan penelitian hukum normative, penulis menggunakan pendekatan perundang-undangan maupun *Statute Approach*, yang dilakukan dengan menelaah peraturan undang-undang yang berhubungan dengan masalah hukum yang sedang dibahas, yaitu peraturan hukum yang berkaitan dengan penyelesaian sengketa hak atas merek terkait persamaan logo.

Sumber data dalam mengerjakan penelitian ini terdapat beberapa bahan hukum untuk melengkapi penulisan penelitian antara lain: **Bahan Hukum Primer** adalah bahan hukum yang mengikat. Dalam penulisan skripsi ini yang menjadi bahan hukum primer adalah Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis,

Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek. Dan **Bahan Hukum Sekunder** adalah bahan hukum yang menjelaskan bahan hukum primer. Dalam penulisan skripsi ini yang menjadi bahan hukum sekunder adalah buku-buku literatur tentang perjanjian kerja, perundang-undangan dan bahan hukum tertulis.

Dalam penelitian ini analisis data yang dilakukan secara kualitatif yang menekankan pada pemahaman mengenai masalah-masalah dalam kehidupan sosial berdasarkan kondisi realitas atau natural setting yang holistik, kompleks dan rinci. Data kualitatif yang diperoleh secara sistematis dan kemudian substansinya dianalisis untuk memperoleh jawaban tentang pokok permasalahan yang akan dibahas dalam penulisan penelitian ini secara kualitatif untuk mendapatkan jawaban yang pasti dan hasil yang akurat. Sedangkan data-data berupa teori yang diperoleh dikelompokkan sesuai dengan sub bab pembahasan, selanjutnya dianalisis secara kualitatif sehingga diperoleh gambaran yang jelas tentang pokok permasalahan.

PEMBAHASAN

Perlindungan hukum terhadap merek terdaftar yang memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya

Dalam hukum merek terdapat ajaran atau doktrin persamaan yang timbul berkaitan dengan fungsi merek, yaitu untuk membedakan antara barang atau jasa yang satu dengan yang lainnya. Ada dua ajaran persamaan dalam merek yaitu Doktrin persamaan keseluruhan, dan Doktrin persamaan identik.

Menurut doktrin persamaan menyeluruh, persamaan merek ditegakkan atas prinsip *entireties similiar* yang berarti antara merek yang satu dengan yang lain mempunyai persamaan yang menyeluruh meliputi semua faktor yang relevan secara optimal yang menimbulkan persamaan. Doktrin persamaan *identic* mempunyai pengertian lebih luas dan fleksibel, bahwa untuk menentukan ada persamaan merek tidak perlu semua unsur secara kumulatif sama, tetapi cukup beberapa unsur atau faktor yang relevan saja yang sama sehingga terlihat antara dua merek yang diperbandingkan *identic* atau sangat mirip. Jadi menurut doktrin ini antara merek yang satu dengan yang lain tetap ada perbedaan tetapi perbedaan tersebut tidak menonjol dan tidak mempunyai kekuatan pembeda yang kuat sehingga satu dengan yang lain mirip (*similiar*) maka sudah dapat dikatakan *identic*. Doktrin persamaan yang dianut dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 dapat dilihat dalam Pasal 6 Ayat (1) yang menyatakan : Permohonan harus ditolak oleh Direktorat Jenderal apabila Merek tersebut :

- a. mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan Merek milik pihak lain yang sudah terdaftar lebih dahulu untuk barang/jasa sejenis;
- b. mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan Merek yang sudah terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis;
- c. mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan indikasi geografis yang sudah dikenal.

Selanjutnya, Pasal 6 ayat (3) menyatakan : Permohonan juga harus ditolak oleh Direktorat Jenderal apabila Merek tersebut:

- a. merupakan atau menyerupai 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 negara atau lembaga nasional maupun internasional, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang;
- c. merupakan tiruan atau menyerupai tanda atau cap atau stempel resmi yang digunakan oleh negara atau lembaga Pemerintah, kecuali atas persetujuan tertulis pihak yang berwenang.

persamaan sebagaimana diuraikan dalam penjelasan Pasal 6 Undang-Undang Merek, yaitu:

- a. Persamaan bentuk
- b. Persamaan komposisi atau penempatan
- c. Persamaan penelitian
- d. Persamaan bunyi
- e. Persamaan ucapan
- f. Persamaan kombinasi
- g. unsur-unsur Dengan melihat rumusan Undang-Undang tersebut, terlihat jelas maksud pembuat Undang-Undang bahwa Undang-Undang menganut doktrin persamaan identik, yaitu bahwa adanya persamaan keseluruhan atau pada pokoknya diartikan sama dengan identik (sama serupa).

Berdasarkan Pasal 90-94, yang termasuk pelanggaran merek ialah:

- a. Menggunakan merek yang sama pada keseluruhannya dengan merek yang terdaftar milik pihak lain untuk barang yang sama dan/atau jasa yang sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan (Pasal 90 UU Merek);
- b. Menggunakan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya dengan merek yang sudah terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan (Pasal 91 UU Merek);
- c. Menggunakan tanda yang mempunyai persamaan secara keseluruhan dengan indikasi geografis milik pihak lain untuk barang yang sama atau sejenis dengan barang yang terdaftar. (Pasal 92 ayat 1 UU Merek);
- d. Menggunakan tanda yang sama pada pokoknya dengan indikasi geografis milik pihak lain untuk barang yang sama atau sejenis dengan barang terdaftar (Pasal 92 ayat 2 UU Merek)
- e. Pencantuman asal sebenarnya pada barang yang merupakan hasil pelanggaran ataupun pencantuman kata yang menunjukkan bahwa barang tersebut merupakan tiruan dari barang yang terdaftar dan dilindungi berdasarkan Indikasi Geografis (Pasal 92 ayat 3 UU Merek);
- f. Menggunakan tanda yang dilindungi oleh indikasi asal pada barang dan jasa sehingga dapat memperdaya atau menyesatkan masyarakat mengenai barang atau asal jasa tersebut (Pasal 93 UU Merek); Memperdagangkan barang dan/atau jasa yang diketahui atau patut diketahui bahwa barang dan/atau jasa tersebut merupakan hasil pelanggaran. (Pasal 94 ayat 1 UU Merek).

Pertimbangan hakim dalam memutuskan perkara sengketa merk terkait persamaan logo PT. Terbit Financial Technology dengan PT. Tokopedia dan PT. Karya Anak Bangsa (Gojek)

Mendukung Gugatan Penggugat bahwa sengketa ini seharusnya diselesaikan di Pengadilan Niaga.

– Khusus terhadap Eksepsi Kompetensi Absolut yang juga diajukan Tergugat II dengan dalil yang sama dengan Tergugat I termaksud, sementara Tergugat II menyatakan bahwa dirinya bukanlah pihak yang langsung berkaitan dengan permohonan pendaftaran merek yang diajukan Tergugat I, maka Tergugat II tidak memiliki kepentingan hukum atas hal ini sehingga tidak memiliki dasar yuridis mengajukan eksepsi kompetensi absolut.

– Dengan demikian, Eksepsi Kompetensi Absolut yang diajukan Para Tergugat semestinya dipandang sebagai upaya Para Tergugat membuang waktu dan membuat pemeriksaan perkara ini menjadi sangat tidak efektif dan semestinya ditolak.

Menimbang bahwa setelah mencermati gugatan Penggugat, jawaban/ eksepsi dari Tergugat I dan Tergugat II serta jawaban Turut Tergugat, replik dan duplik, maka Majelis Hakim menarik kesimpulan bahwa gugatan Penggugat dalam perkara a quo adalah Gugatan mengenai pelanggaran merek yang mendasarkan pada ketentuan Pasal 83 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, dengan alasan menggunakan mereknya secara tanpa hak dengan tuntutan ganti rugi dan penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek tersebut, disamping itu Penggugat juga menuntut supaya permohonan pendaftaran merek “GOTO” atau segala variasinya oleh Tergugat I diajukan dengan iktikad tidak baik serta tuntutan agar Turut Tergugat menolak permohonan pendaftaran merek “GOTO” atau segala variasinya yang diajukan Tergugat I;

Menimbang bahwa berdasarkan dalil posita dan petitum Penggugat sebagaimana diuraikan Penggugat dalam gugatannya diatas, selanjutnya Majelis Hakim akan mempertimbangkan eksepsi dari Tergugat I dan Tergugat II mengenai kompetensi absolut khususnya terkait dengan petitum Nomor 10 gugatan Penggugat.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan diatas maka dapat diuraikan kesimpulan yaitu **Pertama** Dalam hukum merek dikenal adanya doktrin persamaan, atau doktrin yang timbul sehubungan dengan fungsi merek, yaitu membedakan satu barang atau jasa dari yang lain. Ada dua doktrin persamaan merek, yaitu: doktrin persamaan umum dan doktrin persamaan identik. Menurut doktrin persamaan lengkap, persamaan merek dipandang menurut asas kesamaan entitas, yang berarti bahwa satu merek memiliki persamaan yang lengkap, yang mencakup semua faktor penting yang secara optimal menghasilkan persamaan. Doktrin kesetaraan yang dianut dalam UU No. 15 Tahun 2001 dapat dilihat pada pasal 6(1) yang berbunyi: Direktorat Jenderal harus menolak Permohonan jika merek:

- A. sama isi atau keseluruhannya dengan merek milik pihak lain yang sebelumnya telah terdaftar untuk barang/jasa sejenis.
- B. pada dasarnya atau sama sekali mirip dengan merek terkenal milik orang lain untuk barang dan/atau jasa yang serupa.
- C. pada dasarnya atau seluruhnya mirip dengan indikasi geografis yang diketahui.

Selain itu, Pasal 6 Ayat 3 mengatur: Direktorat Jenderal juga harus menolak Permohonan apabila merek:

- A. merupakan atau menyerupai nama, foto atau nama badan hukum milik orang lain, kecuali yang diberi kuasa dengan surat persetujuan lembaga.
- B. merupakan tiruan atau singkatan dari nama, bendera, lambang atau simbol atau emblem suatu negara atau lembaga nasional atau internasional, atau mirip dengan nama atau singkatan, kecuali dengan izin tertulis dari pihak yang berwenang.
- C. adalah merek atau segel resmi atau tiruan segel yang digunakan oleh negara atau lembaga negara, atau yang serupa dengan itu, kecuali dengan izin tertulis dari pejabat yang berwenang.

kesamaan spesifikasi pasal 6 UU Merek, yaitu kesamaan bentuk, kesamaan komposisi atau susunan, kesamaan penelitian, kesamaan bunyi, kesamaan tuturan, Kesamaan dalam kombinasi elemen – elemen. desain pinjaman jelas.

Merek terdapat beberapa Pelanggaran Merek yaitu menurut Pasal 90 adalah:

- A. Penggunaan merek dagang yang sama secara keseluruhan dengan merek dagang terdaftar milik pihak lain untuk produk yang diproduksi dan/atau dijual dan/atau layanan serupa yang sama.
- B. Penggunaan merek dagang yang pada dasarnya mirip dengan merek dagang terdaftar milik pihak lain untuk jenis barang dan/atau jasa yang sama yang diproduksi dan/atau dijual.
- C. Menggunakan merek dagang yang pada umumnya mirip dengan indikasi geografis milik pihak lain atas barang yang sama atau mirip dengan barang yang didaftarkan.
- D. Penggunaan tanda yang pada hakekatnya sama dengan indikasi geografis milik pihak lain dalam hal barang yang sama atau mirip dengan barang yang didaftarkan.

Kedua, Mendukung Gugatan Penggugat bahwa sengketa ini seharusnya diselesaikan di Pengadilan Niaga. Khusus terhadap Eksepsi Kompetensi Absolut yang juga diajukan Tergugat II dengan dalil yang sama dengan Tergugat I termaksud, sementara Tergugat II menyatakan bahwa dirinya bukanlah pihak yang langsung berkaitan dengan permohonan pendaftaran merek yang diajukan Tergugat I, maka Tergugat II tidak memiliki kepentingan hukum atas hal ini sehingga tidak memiliki dasar yuridis mengajukan eksepsi kompetensi absolut. Serta menimbang bahwa berdasarkan dalil posita dan petitum Penggugat sebagaimana diuraikan Penggugat dalam gugatannya diatas, selanjutnya Majelis Hakim akan mempertimbangkan eksepsi dari Tergugat I dan Tergugat II mengenai kompetensi absolut khususnya terkait dengan petitum Nomor 10 gugatan Penggugat.

SARAN

Pertama, Memberikan perlindungan terhadap hak merek terkenal sebaiknya semakin ditingkatkan, karena terdapat nilai ekonomis dan komersial didalamnya. Pemerintah juga harus lebih berperan aktif didalam hal mengawasi perlindungan tersebut. Dengan demikian diharapkan tidak terjadi lagi kerugian yang dialami oleh para pemegang hak atas merek terkenal. Sanksi yang diterapkan bagi pelanggar hak merek terkenal sebaiknya ditingkatkan, hal ini bertujuan untuk memberikan efek jera bagi pihak yang memiliki itikad

tidak baik didalam penggunaan hak atas merek terkenal. Dan juga bertujuan mengurangi kebiasaan menjiplak dan menggunakan hak kepunyaan orang lain. **Kedua**, Hendaknya ketentuan UU No 15 tahun 2001 tentang Merek yang sekarang dirubah menjadi UU No 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis memperici dengan jelas tentang batasan atau pengertian persamaan pada pokoknya atau persamaan secara keseluruhan yang dimaksud terhadap merek tersebut. Sehingga di dalam perlindungan hukum terhadap merek terdaftar yang mempunyai persamaan pada pokoknya dalam tingkat pencegahan (*preventif*). Pejabat yang bertugas memeriksa persyaratan pendaftaran merek memiliki pedoman yang jelas mengenai definisi/ batasan tentang persamaan pada pokoknya/persamaan secara keseluruhan tersebut. Demikian pula halnya apabila terjadi sengketa di Pengadilan, hakim yang memutus sengketa merek yang mengandung unsur persamaan pada pokoknya dapat berpedoman kepada batasan atau pengertian tentang persamaan pada pokoknya atau persamaan keseluruhan yang termuat dalam Undang-Undang tersebut, sehingga inkonsistensi dalam putusan pengadilan pada umumnya khusus dalam sengketa merek yang memiliki persamaan pada pokoknya dapat ditekan semaksimal mungkin.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- R. Soekardono, *Hukum Dagang Indonesia Jilid I*, Dian Rakyat, Jakarta, 1983.
- R.M. Suryodiningrat, *Pengantar Ilmu Hukum Merek*, Pradnya Paramitha, Jakarta, 1998.
- Agung Indriyanto dan Irnie Mela Yusnita, *Aspek Hukum Pendaftaran Merek*, Rajawali Pers, Jakarta 2017.
- Arif Furchan, *Pengantar Metode Penelitian Kualitatif*, Surabaya, Usaha Nasional, 1992.
- Ahmad Sunhaj. *Teknik Penulisan Kualitatif*, Malang, Kalimasada Press. 1996.
- Astri Wijayanti, *Strategi Penulisan Hukum*, Lubuk Agung, Bandung, 2011.

Peraturan Perundang-Undangan:

- Undang-undang No 15 tahun 2001 tentang Merek
- Undang-undang No 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

Artikel Jurnal :

- Ida Ayu Indriya Asmari, LOGO, PERLINDUNGAN HUKUM ATAS PEMBAJAKAN. "MENURUT PERSPEKTIF HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL INDONESIA."
- Adiputra, I. Gede Mahendra Juliana, Ida Ayu Putu Widiati, and Ni Made Puspasutari Ujianti. "Penyelesaian Perkara Pelanggaran Hak atas Merek." *Jurnal Preferensi Hukum* 1.2 (2020): 67-71.
- Sujatmiko, Agung. "PENYELESAIAN SENGKETA MEREK MENURUT UNDANG-UNDANG NOMOR 15 TAHUN 2001." *ADHAPER: Jurnal Hukum Acara Perdata* 2.1 (2016): 169-191.

Website :

<https://accurate.id/marketing-manajemen/pengertian-logo/> diakses pada tanggal 1 januari 2023 pukul 10:35 WIB.

<https://nasional.kontan.co.id/news/sengketa-merek-goto-pt-terbit-tegaskan-memiliki-sertifikatdan-mendapat-perlindungan> diakses pada Selasa Tanggal 9 Januari 2023 Pukul 19.28 WIB

<https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/3147/Bab%20%202.pdf?sequence=7> di akses tanggal 02 januari 2023 pukul 11:38 WIB.