

ANALISIS AKIBAT HUKUM TERHADAP MEREK YANG MEMILIKI UNSUR PERSAMAAN PADA POKOKNYA DENGAN MEREK YANG SUDAH TERDAFTAR (STUDI KASUS PUTUSAN PERKARA NOMOR: 242 K/PDT.SUS-HKI/2022)

Kevin Zaky Ekabana¹, Joko Sulistyono², dan Utji Sri Wulan Wuryandari³

Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Pancasila
Jl. Lenteng Agung Raya No.56, RT001/RW003, Jakarta Selatan, DKI Jakarta, 12630

Abstract

Trademark play an important role in business activities, therefore brands must be registered to obtain legal protection for their users. Brands that have been registered first do not guarantee that there will be no parties who deliberately imitate and piggyback on their popularity in order to gain profit through improper means. Brands are regulated in Law Number 20 of 2016 concerning Trademarks and Geographical Indications. Trademarks that share substantial similarities and involve improper conduct during registration may cause harm to the owner of the previously registered trademark, leading to the cancellation of the trademark for the imitating party. This is addressed in Supreme Court Decision No. 242 K/Pdt.Sus-HKI/2022. The decision concerns a trademark cancellation lawsuit filed by SUGENG HARIYADI, the owner of the trademark "ARRA + LUKISAN," against MOHAMMED NAJI MOHAMMED BAGERI, the owner of the trademark "COCO ARRA," who was deemed to have acted in bad faith during the registration process. Additionally, the trademark in question shares substantial similarities, thereby causing harm. This decision is worth analyzing using a normative approach. The aim is to determine whether the two trademarks share substantial similarities under the Trademark and Geographical Indications Act No. 20 of 2016 and to understand the legal consequences of the decision. It can be concluded that the two trademarks share substantial similarities, and the legal consequence of the decision is the cancellation of the "ARRA" trademark, rendering it no longer registered.

Keywords: Trademark; Substantial Similarity; Trademark Cancellation

Abstrak

Merek memiliki peranan penting dalam menjalankan kegiatan usaha, oleh karena itu merek harus didaftarkan untuk memperoleh perlindungan hukum bagi penggunaannya. Merek yang sudah didaftarkan terlebih dahulu tidak menjamin adanya pihak yang secara sengaja meniru dan membonceng popularitas demi meraih keuntungan dengan cara yang tidak baik. Merek diatur di dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Merek yang mempunyai unsur persamaan pada pokoknya dan dalam melakukan pendaftarannya terdapat unsur perbuatan tidak baik dapat mengakibatkan kerugian bagi pemilik merek yang sudah terlebih dahulu terdaftar kemudian mengakibatkan adanya pembatalan merek bagi pihak yang meniru. Di dalam Putusan Mahkamah Agung Nomor 242 K/Pdt.Sus-HKI/2022. Putusan tersebut mengenai Gugatan Pembatalan Merek yang diajukan oleh SUGENG HARIYADI sebagai pemilik merek "ARRA + LUKISAN" dikarenakan MOHAMMED NAJI MOHAMMED BAGERI sebagai pemilik merek "COCO ARRA" dianggap telah melakukan perbuatan itikad tidak baik dalam melakukan pendaftaran kemudian mereknya tersebut juga mempunyai unsur persamaan pada pokoknya sehingga menimbulkan kerugian. Putusan ini menarik untuk dikaji menggunakan metode normatif. Bertujuan untuk mengetahui apakah kedua merek tersebut memiliki unsur persamaan pada pokoknya menurut Undang-Undang 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis dan untuk mengetahui apa akibat hukum dari Putusan tersebut. Dapat disimpulkan bahwasanya kedua merek tersebut mempunyai unsur persamaan pada pokoknya dan akibat hukum dari Putusan tersebut adanya pembatalan merek "ARRA" sehingga merek tersebut sudah tidak terdaftar lagi.

Kata Kunci: Merek; Unsur Persamaan Pada Pokoknya; Pembatalan Merek

A. Latar Belakang

Semakin majunya zaman pada era teknologi informasi dan transportasi telah mendorong globalisasi ekonomi, investasi di bidang industri dan pemasaran produk tidak terbatas pada pasar yang ada di dalam negeri, akan tetapi lebih meluas melewati batas-batas negara. Pesatnya perkembangan di sektor perdagangan, telah membuat para produsen memproduksi berbagai macam jenis barang/jasa. Setiap produsen memberikan ciri khas pada barang/jasa yang

diproduksinya berupa merek agar mudah dikenali oleh konsumen dan digunakan sebagai pembeda dengan produk lain karena seperti diketahui bahwa dalam industri perdagangan banyak persaingan yang terjadi dan perkembangan ini juga diikuti oleh hak kekayaan intelektual yang digunakan dalam pembuatan produk dan pemasarannya.

Hak Kekayaan Intelektual adalah hak yang timbul atau lahir karena kemampuan intelektual manusia yang berupa temuan, karya, kreasi atau ciptaan di bidang teknologi, ilmu pengetahuan, seni dan sastra. Karya ini dihasilkan atas kemampuan intelektual melalui olah pikir, daya cipta dan rasa yang memerlukan curahan tenaga, waktu dan biaya untuk menghasilkan sesuatu yang baru yang berguna untuk manusia. Secara umum Hak Kekayaan Intelektual terbagi dalam dua kategori yaitu: Hak Cipta dan Hak Kekayaan Industri. Hak Kekayaan Industri meliputi Paten, Merek, Desain Industri, Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu, Rahasia Dagang dan Perlindungan Varietas Tanaman[1].

Berdasarkan pengertian ini maka perlu adanya penghargaan atas hasil karya yang telah dihasilkan yaitu perlindungan hukum bagi kekayaan intelektual tersebut. Tujuannya adalah untuk mendorong dan menumbuhkembangkan semangat terus berkarya dan mencipta. Objek perlindungan hukum yang diatur dalam HKI adalah karya-karya yang timbul atau lahir karena kemampuan intelektual manusia.

Kekayaan intelektual merupakan wujud dari bentuk kekayaan yang dapat dihasilkan dan dimiliki oleh manusia dengan cara memanfaatkan kemampuan intelektualnya. Dengan kemampuan yang dimiliki, kekayaan tersebut dapat dihasilkan oleh seseorang tanpa terpengaruhi oleh keterbatasan fisik dari manusia itu sendiri. Semua orang memiliki kemampuan intelektual bisa dan dapat berkarya untuk menghasilkan kekayaan intelektual.

Di dalam Hak Kekayaan Intelektual, Salah satu bentuk HKI yang berperan besar khususnya dalam bidang perekonomian yaitu adalah Merek, mengingat semakin berkembangnya perekonomian, era globalisasi dan perdagangan bebas serta kemajuan teknologi persaingan usaha semakin ketat. Pengusaha yang satu dengan yang lain bersaing untuk memajukan usahanya, setiap produk yang dihasilkan pengusaha masing-masing memiliki ciri dan keunggulannya tersendiri. Maka dari itu diperlukannya identitas pada produk yang dapat membedakan produk pengusaha satu dengan yang lain yang seringkali dikenal dengan sebutan Merek.

Merek merupakan salah satu hak kekayaan intelektual yang diakui Indonesia yang merupakan adopsi dari perjanjian TRIP's. TRIPS Agreement adalah perjanjian yang merupakan bagian dari WTO Agreement yang ditandatangani oleh negara-negara anggotanya yang mewajibkan seluruh anggotanya untuk membuat aturan-aturan mengenai hak kekayaan intelektual di negara masing-masing. Dengan demikian, TRIPS Agreement tidak melindungi hak kekayaan intelektual secara internasional. Dalam lingkup internasional, masing-masing bidang hak kekayaan intelektual memiliki konvensi internasional sendiri seperti yang berkembang dari waktu ke waktu. Untuk penerapan aturan umum yang telah disepakati, diserahkan pemberlakuan dan pengaturan sepenuhnya kepada negara yang akan memberlakukan aturan tersebut dalam hukum nasionalnya[2].

Merek merupakan salah satu bagian dari wujud karya intelektual memiliki peranan penting bagi kelancaran dan peningkatan perdagangan barang atau jasa dalam kegiatan perdagangan dan investasi yang terjadi pada perkembangan globalisasi sekarang ini. Demikian pentingnya peranan dari sebuah merek, sehingga terhadapnya dilekatkan perlindungan hukum, yakni sebagai objek terhadapnya terkait hak-hak perseorangan atau badan hukum[3].

Di Indonesia sendiri telah banyak perubahan mengenai Undang-Undang Merek yang sedemikian rupa sejak Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 kemudian diubah dengan Undang-

Undang Nomor 19 Tahun 1992, dan kemudian diubah lagi dengan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001, kemudian diubah lagi menjadi Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, membuktikan bahwa peranan merek sangat penting. Pengertian dari merek menurut Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (yang selanjutnya disebut UU 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 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.

Hak atas Merek merupakan jenis hak Kekayaan Intelektual yang umumnya akan diterapkan dalam berbagai kegiatan usaha. Ha katas Merek merupakan Hak Eksklusif yang diberikan oleh negara, maka pada dasarnya Hak Kekayaan Intelektual ini memungkinkan pihak yang mempunyai kuasa atau pemegang hak itu untuk menggunakan hak itu sendiri dengan mengizinkan pihak lain menggunakan hak tersebut dan melarang orang lain menggunakan hak tersebut.

Ada dua sistem pengakuan hak, yaitu sistem Deklaratif dan sistem Konstitutif. Sistem pengakuan hak deklaratif adalah hak atas Merek yang diperoleh karena pemakaian pertama walaupun tidak didaftarkan (*first to use principle*) atau pengakuan hak yang akan menimbulkan suatu hak sebagai pemakai pertama pada merek. Sistem pengakuan hak Konstitutif adalah pengakuan hak suatu merek yang diberikan kepada pihak yang terlebih dahulu mengajukan permintaan pendaftaran untuk sebuah merek berdasarkan pada pendaftar pertama (*first to file principle*).

Sistem Deklaratif dalam perkembangannya dianggap kurang menjamin kepastian hukum, serta dapat dianggap menimbulkan hambatan dan persoalan dalam bidang usaha, karena perlindungan hukumnya hanya mendasarkan pada orang yang menggunakan merek terlebih dahulu, atau pemakai merek pertama. Oleh karenanya dalam hukum Merek sekarang ini dianut sistem Konstitutif (*First to File*) yang lebih memberikan jaminan perlindungan hukum.

Pendaftaran merek diajukan kepada Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual. Adapun persyaratan mutlak yang harus dipenuhi oleh pemilik merek agar mereknya dapat didaftar adalah bahwa merek itu harus mempunyai daya pembeda yang cukup.

Pendaftar berhak memiliki hak atas merek apabila telah memenuhi persyaratan pendaftaran baik secara administrasi maupun substantif dan disetujui pendaftaran permohonannya setelah melalui proses pemeriksaan baik pemeriksaan administrative maupun pemeriksaan substantif dan tidak ada keberatan dari pihak lainnya. Kepada pendaftar merek yang disetujui permohonannya oleh Direktorat Jendral Hak kekayaan Intelektual akan memperoleh Sertifikat Merek sebagai tanda bukti pendaftaran atas Merek.

Perlindungan Merek di Indonesia sudah terjadi beberapa perubahan salah satu perubahannya yaitu mengenai sistem pemberian hak. Sistem yang digunakan sebelumnya yaitu sistem deklaratif atau *first to use* yaitu perlindungan hukum bagi pihak yang menggunakan merek terlebih dahulu. Kemudian setelah adanya perubahan sistem yang digunakan menjadi sistem konstitutif atau *first to file* yaitu perlindungan hukum diberikan kepada pihak yang dengan iktikad baik mendaftarkan mereknya ke kantor pendafataran merek di Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual. Hak eksklusif tidak dapat diperoleh pemilik merek hanya dengan menunjukan bukti-bukti bahwa ia adalah pemakai pertama merek tersebut di Indonesia. Sistem Konstitutif (*First-to-file*) berarti bahwa pihak yang pertama kali mengajukan permohonan pendaftaran secara benar diakui sebagai pemilik merek yang sah.

Suatu merek yang sudah terdaftar lebih dahulu dan bahkan sudah terkenal di masyarakat, bukan merupakan jaminan perlindungan penuh bagi pemiliknya karena bisa saja pihak lain meniru merek yang sudah ada atau mendaftarkan merek yang memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek yang terdaftar lebih dahulu. Faktor penyebabnya dikarenakan terdapat itikad tidak baik dari pihak lain yang sengaja mendaftarkan mereknya. Yang menjadi perhatian adalah mengapa upaya pendaftaran tersebut bisa lolos dari selektif yang dilakukan oleh Dirjen HKI.

Bentuk perlindungan hukum yang sifatnya pencegahan untuk melindungi jika telah di daftarkan, dan bisa berubah menjadi represif seperti yang tercantum dalam Undang-Undang Merek bahwa memperdagangkan barang tiruan yang menggunakan merek terkenal dapat dikategorikan pelanggaran Undang-Undang Merek yang memuat sanksi pidana, sesuai ketentuan Pasal 100-102 Undang Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang dimana bagi orang yang memperdagangkan barang tiruan dan barang tersebut merupakan hasil tindak pidana diancam pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

Mengenai pendaftaran merek tidak semua tanda dapat didaftarkan dan diterima sebagai Merek. Hanya tanda-tanda yang memenuhi persyaratan dan tidak bertentangan dengan ketentuan perundang-undangan yang dapat didaftarkan dan diterima sebagai Merek. Merek dapat didaftarkan apabila mempunyai tanda pembeda seperti tanda tersebut tidak bertentangan dengan peraturan perundangundangan yang berlaku, moralitas agama, kesusilaan, atau ketertiban umum, dan sebagainya. Merek dapat diterima atau tidak ditolak pendaftarannya apabila Merek tersebut tidak mempunyai persamaan pada pokoknya ataupun keseluruhan dengan Merek lain yang terdaftar terlebih dahulu untuk barang/jasa yang sejenis ataupun Merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan atau jasa sejenis atau tidak sejenis yang memenuhi persyaratan tertentu, dan sebagainya.

Persamaan pada pokoknya diatur dalam penjelasan Pasal 21 ayat (1) Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 yaitu 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. Selain itu suatu Merek juga harus didaftarkan dengan itikad baik. Apabila pemohon mendaftarkan merek dengan itikad tidak baik maka permohonan pendaftaran merek tersebut akan ditolak. Pemohon yang beritikad tidak baik adalah Pemohon yang patut diduga menjiplak, atau kondisi persaingan usaha tidak sehat, mengecoh, atau menyesatkan konsumen.

istilah itikad tidak baik dapat ditemukan pada Pasal 21 ayat (3) Undang-Undang No. 20 Tahun yaitu Permohonan ditolak jika diajukan oleh Pemohon yang beritikad tidak baik”. Arti dari Pemohon yang beritikad tidak baik di dalam Pasal tersebut ialah, Pemohon yang mendaftarkan Mereknya dengan niat untuk meniru, membonceng atau menjiplak ketenaran Merek pihak lain demi kepentingan usahanya yang berakibat kerugian pada pihak lain itu atau menimbulkan kondisi persaingan curang, mengecoh atau menyesatkan konsumen.

Pembatalan dapat diajukan melalui Pengadilan Niaga yaitu, Gugatan pembatalan diajukan kepada Pengadilan Niaga terhadap pemilik Merek Terdaftar. Gugatan pembatalan pendaftaran Merek hanya dapat diajukan dalam jangka waktu 5 (lima) tahun terhitung sejak tanggal pendaftaran Merek, dapat juga diajukan lebih dari 5 tahun yaitu dengan, Gugatan pembatalan dapat diajukan tanpa batas waktu jika terdapat unsur itikad tidak baik dan/atau Merek yang bersangkutan bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan, dan ketertiban umum.

Banyak contoh kasus yang terjadi karena adanya persamaan pada pokoknya antara merek satu dan merek lainnya salah satunya adalah ada sebuah sengketa antara orang terkenal yaitu Ruben Onsu dengan Jesy Handalim pemilik cafe dan bar yang bernama Bengke Susu yang disingkat Benu. Ruben Onsu mengajukan gugatan tersebut atas dasar bahwa usaha geprek benu yang dijalankan oleh ruben terhambat karena gagal mendaftarkan merek ke Direktorat Merek, Ditjen Hak Kekayaan Intelektual (DJKI) pada Kementerian Hukum dan Hak Asasi manusia. Pasalnya, sudah ada yang mendaftarkan merek Benu sebelum Ruben. Pemegang nama benu pertama yang terdaftar adalah Jesy Handalim memegang sertifikat merek Benu dengan nomor IDM000622427 yang dinyatakan terdaftar sejak 7 Juni 2018 dan bakal kedaluwarsa pada 3 September 2025. Pendaftaran merek tersebut dilakukan pada tanggal 3 September 2015 Dari data World Intellectual Property Organization yang terintegrasi dengan data Direktorat Merek DJKI, Jessy Handalim beralamat di Bandung, Jawa Barat[4].

Kasus yang diangkat ini berdasarkan latar belakang diatas adalah sengketa merek antara SUGENG HARIYADI (Penggugat) melawan MOHAMMED NAJI MOHAMMED BAGERI (Tergugat), sengketa merek tersebut bermula saat PENGGUGAT sangat keberatan terhadap adanya pendaftaran Merek “COCO ARRA” milik TERGUGAT karena adanya persamaan pada pokoknya dengan merek “ARRA DAN LUKISAN” milik PENGGUGAT karena PENGGUGAT menilai merek “COCO ARRA” milik TERGUGAT didaftarkan dengan itikad tidak baik dengan mempertimbangkan adanya kesan kemiripan antara merek “COCO ARRA” milik TERGUGAT dengan merek “ARRA DAN LUKISAN” milik PENGGUGAT, serta adanya persamaan jenis barang yang dilindungi oleh merek “ARRA DAN LUKISAN” milik PENGGUGAT dengan merek “COCO ARRA” milik TERGUGAT. Bahwa, merek “ARRA + LUKISAN” milik PENGGUGAT telah terdaftar dalam kelas NCL 4, sesuai dengan ketentuan asas pendaftaran merek di Indonesia yaitu Asas *first to file*, maka PENGGUGAT adalah satu- satunya yang berhak menggunakan merek “ARRA” untuk segala macam kelas NCL 4 di Indonesia.

Majelis Hakim Pengadilan Niaga dalam Putusan Nomor 70/Pdt.Sus/HKI/Merek/2019 PN Niaga.Jkt.Pst telah memutuskan tidak adanya unsur persamaan pada pokoknya dalam merek ARRA + LUKISAN milik PENGGUGAT dengan merek COCO ARRA milik tergugat. Pada tanggal tanggal 17 Maret 2021 telah mengabulkan permohonan kasasi SUGENG HARIYADI dengan pertimbangan yang terangkum pada putusan nomor Nomor 242 K/Pdt.Sus-HKI/2022 yang menjadi objek kajian dari artikel ini.

Adapun pokok permasalahannya yakni apakah merek “COCO ARRA” milik MOHAMMED NAJI MOHAMMED BAGERI (Tergugat) memiliki unsur persamaan pada pokoknya dengan merek “ARRA + LUKISAN” milik SUGENG HARIYADI (Penggugat) menurut Undang-Undang 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis? Serta bagaimana akibat hukum dari Putusan Mahkamah Agung Nomor 242 K/Pdt.Sus-HKI/2022 terhadap pembatalan atas suatu merek?

B. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan ini menggunakan metode penelitian hukum normatif. Data penelitian yang digunakan adalah data sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer seperti Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dan Putusan Mahkamah Agung Nomor 242 K/Pdt.Sus-HKI/2022, bahan hukum sekunder yang memberikan penjelasan atas keterangan atau mendukung bahan hukum primer yang berupa buku-buku, jurnal atau majalah yang ditulis oleh para sarjana hukum, teori-teori dan pendapat ahli, situs internet yang berhubungan dengan permasalahan dan sebagainya, dan bahan hukum tersier yaitu

bahan yang memberi petunjuk dan penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder. Misalnya: kamus, ensiklopedia, indeks kumulatif, dan sebagainya[5].

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Kasus Posisi

Putusan Kasasi No. 242 K/PDT.SUS-HKI/2022 merupakan Putusan yang menyelesaikan kasus mengenai Pembatalan Merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya dan berlandaskan Itikad Tidak Baik. Berikut akan dijabarkan identitas dari 3 (tiga) Pihak yang terlibat di dalam kasus ini, sebagai berikut :

- a. SUGENG HARIYADI (selaku pemilik Merek ARRA), yaitu sebagai Penggugat yang bertempat tinggal di Taman Arjuna, Nomor 5, Perumahan Bukit Asri, Semarang, dalam hal ini memberikan kuasa kepada Margareth Dwina Angeline Pardede, S.H., M.Kn., Advokat pada Kantor Hukum Margareth Pardede & Partners, beralamat di Jalan Banding I, Blok D.1, Nomor 12, RT 008, RW 008, Kelurahan Sukasari, Kecamatan Tangerang, Kota Tangerang, Banten, berdasarkan Surat Kuasa Khusus tanggal 12 Agustus 2019.
- b. MOHAMMED NAJI MOHAMMED BAGERI (selaku pemilik Merek COCO ARRA), yaitu sebagai Tergugat yang bertempat tinggal di Yamen, Hadramout, Seyun, Algzair Street Number 612, Hadramout, Yemen.
- c. PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA REPUBLIK INDONESIA cq. DIREKTORAT JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL cq. DIREKTORAT MEREK, yaitu sebagai Turut Tergugat yang diwakili oleh Fathlurachman, S.H., M.H., selaku Direktur Merek dan Indikasi Geografis dan berkedudukan di Jalan H.R. Rasuna Said, Kav. 8-9, Jakarta Selatan, DKI Jakarta, dalam hal ini memberikan kuasa kepada Abdul Hakim, S.H., M.Hum., dan Rekan, Para Aparatur Sipil Negara di Direktorat Merek dan Indikasi Geografis, Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual pada Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia, berdasarkan Surat Kuasa Khusus tanggal 8 November 2019

Sebelum kasus ini terjadi perlu diketahui bahwasannya Penggugat Dan Tergugat memiliki relasi sebagai kolega bisnis yaitu Penggugat berposisi sebagai produsen produk serta Tegugat berposisi sebagai konsumen produk tersebut. Penggugat dan Tegugat memiliki masalah dalam negosiasi yang berujung pembatalan dalam bisnis tersebut dikarenakan Tergugat masih memiliki hutang yang belum diselesaikan kepada Penggugat tetapi Tergugat menuntut untuk Penggugat mengirimkan produknya terlebih dahulu, Penggugat tidak menyetujui hal tersebut yang mengakibatkan relasi Penggugat dan Tergugat berakhir. Tetapi Tergugat mendapatkan penawaran harga produk yang lebih murah pada penjual lain dibanding produk yang dijual oleh Penggugat tetapi Tergugat melakukan pemesanan produk tersebut dengan membawa-bawa merek yang dijual oleh Penggugat.

Sebelum Penggugat memiliki mereknya tersendiri awal mulanya Penggugat sekedar hanya memperoleh pesanan dari pembeli yang sudah memiliki mereknya sendiri. Karena Penggugat merasa harus mempunyai mereknya tersendiri untuk memiliki perlindungan dalam memproduksi dan menjual produknya dikarenakan semakin berkembangnya bisnis, jadi Pengggugat mengambil inisiatif akan menciptakan mereknya tersendiri.

Penggugat memiliki ide kreatif dalam menciptakan mereknya tersebut yang akan dibuat yaitu merek dengan nama “ARRA” yang menurut Penggugat mempunyai arti mereknya tersebut dapat tersedia dimana saja dikarenakan “ARRA” yaitu burung yang dapat terbang kemanapun hingga seluruh dunia. Dalam pembuatan bentuk tampilan Penggugat juga memiliki ide kreatifnya tersendiri yang dikerjakan oleh percetakan CV Aji Jaya Grafik Semarang dan Sukun Druck Kudus.

Seiring berjalannya waktu, mereknya tersebut yang sudah diciptakan oleh Penggugat dimohonkan untuk pendaftaran merek “ARRA + LUKISAN” kepada kantor Turut Tergugat dan setelah melewati beberapa proses akhirnya merek tersebut terdaftar pada tanggal 31 Januari 2019 dengan nomor IDM000638551 dan jenis kelas barang 4.

Dalam melakukan pendaftaran mereknya tersebut Penggugat merasa mereknya tersebut didaftarkan dengan perbuatan itikad baik dan mengikuti ketentuan dalam pendaftaran merek yaitu dengan sistem First to File dimana sistem ini suatu bentuk perlindungan atas suatu merek yang dimana pihak yang mengajukan pertama kali dalam melakukan permohonan pendaftaran merek maka merek tersebut mendapatkan perlindungan dan hak terhadap merek tersebut untuk melakukan kegiatan dalam memproduksi dan menjual produk barang / jasa dari merek tersebut. Jadi menurut Penggugat merek “ARRA” adalah mereka satu-satunya yang berhak dalam menggunakan merek tersebut.

Kasus ini bermula ketika Tergugat melakukan permohonan pendaftaran mereknya tersebut dengan nama “COCO ARRA” ke kantor Turut Tergugat dan mereknya tersebut telah terdaftar pada tanggal 26 Maret 2019 dengan nomor IDM000640197 dan jenis kelas barang 4. Mengetahui hal tersebut Penggugat tidak dapat menerima dan merasa dirugikan oleh Tergugat karena mereknya tersebut dalam melakukan pendaftarannya tidak adanya persetujuan dari Penggugat.

Penggugat merasa kalau merek yang dimiliki oleh Tergugat dalam melakukan permohonan pendaftaran mereknya terdapat adanya perbuatan unsur itikad tidak baik dan Penggugat sangat menyangkan perbuatan tersebut yang dilakukan oleh Tergugat. Menurut Penggugat perbuatan yang dilakukan oleh Tergugat diduga memiliki niat untuk mendompleng merek “ARRA + LUKISAN” milik Penggugat dengan tujuan memperoleh keuntungan pribadi dari persaingan usaha yang tidak sehat dengan mengecoh konsumen, mengingat jenis barang yang dilindungi Merek “COCO ARRA” Tergugat adalah sama dengan jenis barang pada merek “ARRA + LUKISAN” milik Penggugat.

Penggugat juga memiliki beberapa alasan mengapa merek yang dimiliki oleh Tergugat melakukan perbuatan itikad tidak baik dalam menciptakan dan mendaftarkan mereknya tersebut yang pada intinya adalah merek Tergugat memiliki unsur persamaan pada pokoknya pada merek milik Penggugat baik dalam segi penulisan, segi tampilan, segi pengucapan, dan segi jenis barang. Penggugat juga menjelaskan bahwasanya Tergugat dalam memasukkan kata “COCO” dalam mereknya tersebut adanya perbuatan sengaja yang bertujuan untuk melakukan pengecoh dalam penulisan kata dan bunyi. Penggugat merasa kecewa dan menyangkan perbuatan yang dilakukan oleh Tergugat tersebut dikarenakan dari sekian banyak ide kreatif, ciptaan dan kreasi lainnya mengapa Tergugat meniru merek yang dimiliki oleh Penggugat.

Selanjutnya, Penggugat beranggapan seharusnya sesuai dengan pasal 21 Ayat (1) huruf a Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis (selanjutnya disebut Undang-Undang Tentang Merek) bahwasanya merek milik Tergugat yang didaftarkan ke kantor Turut Tergugat sudah seharusnya ditolak dikarenakan mempunyai unsur persamaan pada

pokoknya. Penggugat juga merasa bahwa ialah satu-satunya sebagai pemegang hak yang sah atas merek “ARRA + LUKISAN” jadi sesuai dengan Pasal 76 Ayat (1) dan Ayat (2) yang pada intinya bahwasanya Penggugat berhak mengajukan gugatan terhadap pihak lain yang tidak mempunyai hak untuk menggunakan merek yang mempunyai unsur persamaan pada pokoknya dan produk yang sejenis.

Kemudian, sesuai dengan Pasal 84 Ayat (1) Undang Undang Tentang Merek Penggugat berhak mengajukan permohonan terhadap hakim yaitu untuk menghentikan kegiatan produksi dan kegiatan perdagangan barang atau jasa yang bertujuan untuk mencegah kerugian yang lebih besar.

Berdasarkan dengan alasan-alasan tersebut, Penggugat mengajukan gugatan pembatalan merek yang dimiliki oleh tergugat yang pada intinya yaitu sebagai berikut:

- a. Merek yang dimiliki oleh Tergugat yaitu “COCO ARRA” mempunyai unsur persamaan pada pokoknya terhadap merek milik Penggugat yaitu merek “ARRA”;
- b. Merek yang telah terdaftar dengan nomor pendaftaran IDM000640197 yaitu merek yang dimiliki oleh Tergugat dalam pendaftarannya terdapat perbuatan itikad tidak baik;
- c. Penggugat adalah satu-satunya pemilik sah untuk merek “ARRA + LUKISAN” dan kemudian sebagai pendaftar serta pemakai pertama;
- d. Dilakukannya pembatalan merek yang dimiliki oleh Tergugat;
- e. Mewajibkan kepada Turut Tergugat untuk melakukan pembatalan dan pencoretan merek yang dimiliki oleh Tergugat yaitu merek “COCO ARRA” dari Daftar Umum Merek.

Gugatan pembatalan merek yang diajukan oleh Penggugat yang terdapat di Putusan Nomor 70/Pdt.Sus-HKI/Merek/2019/PN.Niaga.Jkt.Pst telah ditolak oleh Hakim dengan pertimbangan yang intinya bahwasanya Hakim berpendapat merek yang dimiliki oleh Penggugat dengan merek yang dimiliki oleh Tergugat tidak mempunyai unsur persamaan pada pokoknya dan merek yang dimiliki oleh Tergugat dalam pendaftaran mereknya telah melakukan perbuatan itikad baik dikarenakan adanya penjelasan dari Turut Tergugat bahwasanya setelah diperiksa merek yang dimiliki oleh Tergugat dalam proses pendaftarannya telah memenuhi kualifikasi sesuai dengan Undang-Undang Tentang Merek.

Menyusul putusan tersebut, Penggugat selaku pemilik merek “ARRA” melakukan upaya permohonan kasasi kepada Mahkamah Agung. Di dalam kasasi gugatan pembatalan merek yang diajukan oleh Penggugat yang tertuang di Putusan Nomor 242/Pdt.Sus-HKI/2022 telah dikabulkan oleh Hakim dengan pertimbangan yang pada intinya bahwasanya Hakim berpendapat merek milik Tergugat mempunyai unsur persamaan pada pokoknya dan Tergugat.

2. Analisis unsur persamaan pada pokoknya merek “COCO ARRA” milik TERGUGAT dengan merek “ARRA + LUKISAN” milik PENGGUGAT menurut Undang-Undang 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis

Merek merupakan kreatifitas yang diciptakan oleh para pelaku usaha yang bertujuan untuk meningkatkan daya tarik produk yang dihasilkan baik itu merupakan sebuah barang atau jasa. Merek memiliki peranan yang sangat penting dalam menjalankan usaha karena merek mempunyai fungsi sebagai identitas terhadap produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha baik itu pengusaha perorangan ataupun perusahaan[6].

Merek dibuat untuk membantu konsumen membedakan satu produk dari produk yang lain untuk memungkinkan mereka mengambil keputusan dalam pembelian mereka pada pengalaman sebelumnya. Selain itu, suatu merek mendorong bisnis untuk menyediakan produk dan/atau layanan berkualitas tinggi serta melindungi investasi perusahaan dalam meningkatkan reputasi.

Selain menjadi daya pembeda merek memiliki fungsi lainnya yaitu seperti untuk sebagai identifikasi asal produk, sebagai sarana untuk promosi atau beriklan, sebagai jaminan atas kualitas produk barang atau jasa, dan sebagai alat bukti kepemilikan yang sah atas merek tersebut. Merek juga mempunyai fungsi sebagai nilai ekonomi untuk meningkatkan pendapatan atas produk yang dihasilkan[7].

Maka dari itu, untuk mencegah terjadinya pencurian ide atas merek dari pihak-pihak lain yang memanfaatkan situasi merek harus dilindungi dengan cara mendaftarkannya terlebih dahulu agar memperoleh hak untuk menggunakan merek tersebut.

Namun didalam realita dunia usaha saat ini merek yang sudah terdaftar terlebih dahulu dan mempunyai hak atas mereknya tersebut untuk didagangkan tidak menjamin adanya pelaku usaha lainnya yang melakukan perbuatan curang atau persaingan usaha tidak sehat guna untuk meraih keuntungan secara pribadi dengan melakukan perbuatan itikad tidak baik dalam mendaftarkan mereknya padahal secara sadar dan dengan sengaja pelaku usaha tersebut mendaftarkan mereknya mempunyai unsur persamaan pada pokoknya pada merek yang sudah terkenal guna meniru dan menyesatkan konsumen.

Faktor penyebab dari pihak-pihak yang memanfaatkan situasi karena mereka mengetahui bahwa target penjualan dari pemilik merek yang sudah ada dapat diambil alih dikarenakan para konsumen tersebut kebingungan dalam melakukan pembelian karena para konsumen menjadi bingung dengan siapa mereka melakukan kegiatan pembelian dan penghasilan dari penjualan dapat dengan mudah meningkat dikarenakan peniruan kualitas yang sudah diciptakan oleh pemilik merek yang terlebih dahulu terdaftar sudah mempunyai pasarnya dan sudah memiliki nama dikalangan konsumen.

Pengaruh atas perbuatan pihak-pihak yang memanfaatkan situasi para pelaku usaha menjadi korban dikarenakan pemilik merek yang sudah terlebih dahulu terdaftar menjadi korban dikarenakan pendapatannya dalam menjual produk tersebut menjadi berkurang dan pemilik merek yang sudah terdaftar dan terkenal terlebih dahulu dapat menyebabkan kerugian yang sangat besar dikarenakan konsumen akan beralih dari produk pemilik merek terlebih dahulu ke produk yang lebih berkualitas rendah maka dari itu menyebabkan pemilik merek terlebih dahulu tersebut kehilangan nama baik dan reputasinya di masyarakat.

Di dalam kasus putusan Nomor 70/Pdt.Sus-HKI/Merek/2019/PN Niaga Jkt.Pst, Penggugat selaku pemilik dari merek “ARRA” + LUKISAN merasa keberatan dengan penggunaan merek dari Tergugat yaitu “COCO ARRA” dikarenakan penggunaan merek tersebut mempunyai unsur persamaan pada pokoknya dan merugikan bagi Penggugat. Karena dalam putusan kasus tersebut Hakim berpendapat bahwa merek tersebut tidak mempunyai unsur persamaan pada pokoknya maka Penggugat melakukan upaya hukum kasasi yang tertuang dalam putusan Nomor 242 K/Pdt.Sus-HKI/2022. Maka dari itu, perlu dianalisis apakah merek “ARRA” + LUKISAN milik PENGGUGAT/Pemohon Kasasi terdapat unsur persamaan pada pokoknya dengan merek “COCO ARRA” milik Tergugat menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Mengenai unsur persamaan pada pokoknya diatur didalam Undang Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Desain Geografis. Berikut merupakan penjelasan dari definisi unsur persamaan pada pokoknya pada Pasal 21 Ayat (1) yakni: “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.”

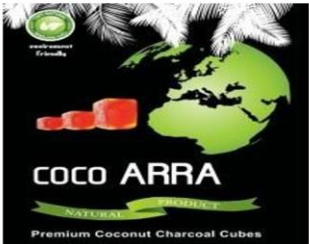
Dalam menentukan bahwa merek mempunyai unsur persamaan pada pokoknya atau tidak dapat dilihat dari apakah merek tersebut mempunyai unsur-unsur dominan yang dimiliki oleh pemilik merek yang sudah terlebih dahulu terdaftar. Unsur-unsur dominan yang dimaksud adalah:

- a. Memiliki kemiripan pada penyusunan kata
- b. Memiliki kemiripan pada penyebutan kata
- c. Memiliki kemiripan pada bentuk tampilan
- d. Memiliki kemiripan pada jenis barang

Berdasarkan penjelasan dari definisi unsur persamaan pada pokoknya yaitu bahwasanya penggunaan merek yang memiliki unsur persamaan pada pokoknya bisa membuat kekeliruan yang dapat menyebabkan kebingungan terhadap pengguna atau pembeli karena seakan-akan merek tersebut asalnya bersumber dari pembuat yang persis serupa, maka dapat terlihat adanya unsur itikad tidak baik dengan tujuan adanya peniruan popularitas milik orang lain.

Merek dapat dilihat secara berdampingan dengan merek yang lain cara ini bertujuan untuk melihat apakah merek tersebut dengan merek yang lain memiliki unsur-unsur dominan yang dapat memenuhi kriteria unsur persamaan pada pokoknya atau tidak, dengan cara ini kedua merek tersebut harus diperhatikan dari unsur penyusunan kata, penyebutan kata, bentuk tampilan, dan jenis barang pada merek tersebut.

Berikut adalah perbandingan dari Merek ARRA milik Penggugat dan merek COCO ARRA milik Tergugat:

ARRA	COCO ARRA
	
Gambar 3.1	Gambar 3.2

Dapat dilihat dari tabel diatas perbandingan antara merek ARRA dengan COCO ARRA memiliki unsur persamaan pada pokoknya menurut Undang Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, merek COCO ARRA milik Tergugat memiliki unsur-unsur dominan terhadap merek ARRA milik Penggugat.

Pertama, memiliki persamaan pada penyusunan kata yaitu “ARRA”. Dari sekian banyak penggunaan kata kenapa merek milik TERGUGAT memilih menggunakan kata “ARRA” yang sudah dipakai terlebih dahulu oleh merek milik Penggugat, walaupun adanya penambahan kata “COCO” tetapi tetap saja disini terlihat jelas bahwa adanya perbuatan peniruan kata dalam menggunakan merek untuk melakukan membonceng popularitas yang sudah dimiliki merek “ARRA” milik Penggugat.

Kedua, memiliki persamaan pada penyebutan kata yaitu “ARRA”. Walaupun terdapat lebih dahulu kata “COCO” dalam penyebutannya tetapi adanya unsur dominan kata “ARRA” dalam penyebutannya merek tersebut hal ini dapat menyebabkan kebingungan dan dapat mengecoh pembeli karena kedua merek tersebut sama-sama terdapat kata “ARRA”.

Ketiga, memiliki persamaan pada bentuk tampilan yaitu adanya persamaan pada bentuk “peta dunia” dalam kedua merek tersebut, kemudian kedua merek tersebut sama-sama memiliki gambar “arang” yang berbentuk kotak tersusun dan yang kedua merek tersebut sama-sama memiliki tulisan “ARRA” berwarna putih dengan huruf Kapital. Disini terlihat jelas bahwasanya adanya persamaan dalam bentuk tampilan dari kedua merek tersebut.

Keempat, memiliki persamaan pada jenis barang yaitu jenis barang “arang” yang terdapat dikelas 4. Disini dapat dilihat bahwa merek “COCO ARRA” milik Tergugat melakukan pengelabuan terhadap pembeli dikarenakan kedua merek tersebut seakan-akan sama atau merek baru yang dihasilkan oleh Penggugat. Jika kedua merek tersebut memiliki perbedaan dalam jenis barang tentu saja pembeli tidak akan terkecoh dan kebingungan karena secara sadar pembeli mengetahui perbedaan jenis barang dari kedua merek tersebut.

Contohnya pembeli tidak akan salah pilih jika mau membeli batu baterai dengan merek “ABC”, karena pembeli secara sadar mengetahui perbedaan jenis barang “ABC” batu baterai dengan merek “ABC” saos sambal dan tidak akan salah pilih.

Jadi, berdasarkan perbandingan antara merek “ARRA” milik Penggugat dengan merek “COCO ARRA” milik Tergugat terdapat unsur dominan baik dari segi penulisan kata, penyebutan kata, bentuk tampilan maupun jenis barang. Hal ini sesuai dengan penjelasan definisi dari Pasal 21 Ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

3. Analisis Akibat Hukum dari Putusan Mahkamah Agung Nomor 242 K/Pdt.Sus-HKI/2022 terhadap Pembatalan Atas Suatu Merek

Pembatalan terhadap suatu merek merupakan upaya dan cara untuk menghapus keberadaan atas suatu merek dari Daftar Umum Merek dan menarik kembali legalitas atas hak dalam penggunaan merek berdasarkan sertifikat merek yang sudah diperoleh dan tidak dapat berlaku lagi. Dengan sudah didaftarkanya merek berarti merek tersebut sudah melewati proses pendaftaran merek yang bertujuan untuk memperoleh sertifikat merek dan diberikan hak atas penggunaan merek tersebut[8].

Pengaturan mengenai pihak yang dapat mengajukan terkait pembatalan terhadap suatu merek terdapat di dalam Pasal 76 sampai Pasal 79 Undang Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis yang pada intinya gugatan terhadap pembatalan suatu merek bisa diajukan oleh pihak yang mempunyai kepentingan dengan alasan yang berdasarkan pada Pasal 20 dan Pasal 21 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Pada Pasal 83 dan Pasal 84 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis juga menjelaskan mengenai gugatan terhadap pelanggaran merek yang pada intinya menjelaskan bahwasanya pemilik merek terdaftar bisa mengajukan gugatan ganti rugi atau penghentian semua perbuatan baik memproduksi atau memperdagangkan barang atau jasa yang berkaitan dengan merek tersebut. Selanjutnya dalam proses pemeriksaan Penggugat dapat mengajukan permohonan terhadap Hakim untuk menghentikan kegiatan produksi atau memperdagangkan barang atau jasa merek milik Tergugat yang bertujuan untuk menghindari kerugian yang lebih besar yang dialami oleh Penggugat.

Pada Pasal 91 dan Pasal 92 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis mengatur tentang tata cara pelaksanaan putusan pengadilan terhadap

pembatalan terhadap suatu merek, pada Pasal tersebut menjelaskan yang pada intinya bahwasanya dalam pelaksanaan pembatalan berdasarkan putusan pengadilan dilakukan setelah Menteri menerima salinan resmi putusan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap dan diumumkan dalam Berita Resmi Merek.

Pemilik merek “ARRA” yaitu sebagai Penggugat yang memiliki kepentingan dapat mengajukan gugatan terhadap pembatalan atas suatu merek yang dimiliki oleh Tergugat yaitu merek “COCO ARRA” dengan alasan yaitu bahwasanya pendaftaran merek yang dilakukan oleh Tergugat sudah seharusnya ditolak dan tidak dapat didaftarkan pendaftarannya terhadap Turut Tergugat dikarenakan merek milik Tergugat mempunyai unsur persamaan pada pokoknya dan adanya perbuatan itikad tidak baik yang dilakukan oleh Tergugat dalam mendaftarkan mereknya.

Pada Putusan Nomor 242 K/Pdt.Sus-HKI/2022 Tergugat selaku pemilik merek “COCO ARRA” telah terbukti bahwasanya merek yang dimiliki oleh Tergugat tersebut mempunyai unsur persamaan pada pokoknya terhadap merek “ARRA” yang dimiliki oleh Penggugat maka dari itu Penggugat adalah pihak yang mengajukan pendaftaran dan telah terdaftar terlebih dahulu sehingga Tergugat dalam melakukan pendaftaran mereknya terdapat perbuatan itikad tidak baik sehingga dalam putusan tersebut mengakibatkan pembatalan merek “COCO ARRA” yang dimiliki oleh Tergugat.

Jadi akibat hukum terhadap pembatalan atas suatu merek berdasarkan Putusan Nomor 242 K/Pdt.Sus-HKI/2022 yaitu Turut Tergugat wajib melaksanakan putusan tersebut dengan mencoret merek “COCO ARRA” yang dimiliki oleh Tergugat dari Daftar Umum Merek dan melakukan pengumuman dalam Berita Resmi Merek yang mengakibatkan merek tersebut sudah tidak terdaftar lagi dan mengakibatkan Tergugat selaku pemilik merek tersebut tidak mempunyai hak lagi untuk menggunakan dan melakukan kegiatan yang berkaitan dengan merek tersebut. Selanjutnya adalah dicabutnya sertifikat merek milik Tergugat tersebut yang mengakibatkan hilangnya perlindungan hukum atas merek tersebut sehingga sudah tidak ada lagi kepemilikan hak atas penggunaan merek tersebut.

D. Simpulan

Berdasarkan dari hasil analisis yang diperoleh dalam penelitian ini, dapat diambil kesimpulan bahwa Merek yang dimiliki oleh Tergugat yaitu merek “COCO ARRA” memiliki unsur persamaan pada pokoknya terhadap merek yang dimiliki oleh Penggugat yaitu merek “ARRA”. Setelah dibandingkan dan dilihat secara berdampingan kedua merek tersebut memiliki unsur-unsur dominan baik dari segi penyusunan kata, penyebutan kata, bentuk tampilan, dan jenis barang pada kedua merek tersebut. Hal tersebut sesuai dengan penjelasan dari definisi unsur persamaan pada pokoknya pada Pasal 21 Ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Desain Geografis. Kemudian, terkait akibat hukum terhadap pembatalan atas suatu merek berdasarkan Putusan Nomor 242 K/Pdt.Sus-HKI/2022 yaitu dicoretnya merek “COCO ARRA” yang dimiliki oleh Tergugat dari Daftar Umum Merek yang mengakibatkan merek tersebut sudah tidak terdaftar lagi sehingga Tergugat tidak mempunyai hak lagi untuk menggunakan dan melakukan kegiatan yang berkaitan dengan merek tersebut dan dicabutnya sertifikat merek milik Tergugat sehingga hilangnya perlindungan hukum atas merek tersebut.

Referensi

- [1] H. O. Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*. Jakarta: Rajawali Pers, 2015.
- [2] R. Amrikasari, “Peran TRIPS Agreement Dalam Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual,” *Hukum Online*, 2017. <https://www.hukumonline.com/klinik/a/peran-trips-iagreement-i-dalam-perlindungan-hak-kekayaan-intelektual-lt592407520f6f7> (accessed Sep. 06, 2022).
- [3] A. Sutedi, *Hak atas Kekayaan Intelektual*. Jakarta: Sinar Grafika, 2009.
- [4] H. Abdulrahman, “Asas Fisrt To File Principal Dalam Kasus Hak Merek Nama Terkenal Benu,” *J. Aktual.*, vol. 3, no. 1, pp. 413–431, 2020.
- [5] Z. Ali, *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika, 2010.
- [6] G. C. Dewi, *Penyelesaian Sengketa Pelanggaran Merek*. Yogyakarta: Deepublish, 2019.
- [7] M. Djumhana and R. Djubaedillah, *Hak milik intelektual : sejarah, teori dan prakteknya di Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014.
- [8] R. Janed, *Hukum Merek Trade Mark Law*. Jakarta: Kencana, 2015.