

**PENYELESAIAN SENGKETA MEREK TERHADAP PENGGUNAAN  
KATA “ACC” ANTARA MEREK KLIKACC DAN  
ACC MEMBERI KEMUDAHAN**

**(Skripsi)**

**Oleh:**

**FIONA CHRISTA TAMPUBOLON  
1812011180**



**FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2022**

## ABSTRAK

### PENYELESAIAN SENGKETA MEREK TERHADAP PENGGUNAAN KATA “ACC” ANTARA MEREK KLIKACC DAN ACC MEMBERI KEMUDAHAN

Oleh

**FIONA CHRISTA TAMPUBOLON**

Perkembangan zaman yang semakin pesat menyebabkan banyak merek baru yang bermunculan belakangan ini, tak jarang hal tersebut mengakibatkan munculnya sengketa-sengketa baru di bidang hukum. Salah satu sengketa merek berkaitan dengan persamaan pada pokoknya terjadi antara merek “ACC Memberi Kemudahan” dan “KlikACC”. Penelitian ini akan mengkaji dan membahas mengenai pertimbangan hakim dalam Putusan PN Nomor 52/Pdt.Sus-Merek/2018/PN.Jkt.Pst Jo. Putusan MA Nomor 510 K/Pdt.Sus-HKI/2019 Jo. Putusan Nomor 1 PK/Pdt.Sus-HKI/2021 serta akibat hukum Putusan Nomor 1 PK/Pdt.Sus-HKI/2021.

Jenis penelitian ini adalah penelitian hukum normatif dengan tipe penelitian deskriptif. Pendekatan masalah yang digunakan adalah pendekatan kasus dengan tipe *judicial case study*. Data yang digunakan adalah data sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier. Pengumpulan data dilakukan dengan studi pustaka dan studi dokumen. Pengolahan data dilakukan dengan cara seleksi data, klasifikasi data dan sistematisasi data. Analisis data yang digunakan adalah analisis bersifat kualitatif.

Hasil penelitian dan pembahasan menunjukkan bahwa Hakim Peninjauan Kembali menerapkan persamaan pada pokoknya dan itikad tidak baik dengan memenangkan PT. Astra Sedaya Finance sebagai pemilik pertama merek dengan kata “ACC” pada kelas barang/jasa 36. Sedangkan Hakim Pengadilan Niaga Jakarta Pusat dan Hakim Kasasi tidak menerapkan persamaan pada pokoknya dan itikad tidak baik dikarenakan PT. Aman Cermat Cepat tidak terbukti melakukan peniruan pada pokoknya dan merek “KlikACC” didaftarkan dengan itikad baik. Penulis setuju dengan Hakim Peninjauan Kembali yang menerapkan persamaan pada pokoknya dan itikad tidak baik dalam menyelesaikan sengketa *a quo*. Akibat hukum dari Putusan Peninjauan Kembali adalah PT. Astra Sedaya Finance berhak atas merek yang mengandung kata “ACC” pada kelas 36 yaitu “ACC Memberi Kemudahan” serta dicoretnya pendaftaran merek “KlikACC” milik PT. Aman Cermat Cepat.

**Kata Kunci: Persamaan Pada Pokoknya, Sengketa Merek, Itikad Tidak Baik.**

**PENYELESAIAN SENGKETA MEREK TERHADAP PENGGUNAAN  
KATA “ACC” ANTARA MEREK KLIKACC DAN  
ACC MEMBERI KEMUDAHAN**

**Oleh  
FIONA CHRISTA TAMPUBOLON**

**Skripsi  
Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar  
SARJANA HUKUM**

**Pada  
Bagian Hukum Keperdataan  
Fakultas Hukum Universitas Lampung**



**FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2022**

Judul : **PENYELESAIAN SENGKETA MEREK TERHADAP  
PENGUNAAN KATA "ACC" ANTARA MEREK  
KLIKACC DAN ACC MEMBERI KEMUDAHAN**

Nama Mahasiswa : **Fiona Christa Jampubolon**

Nomor Pokok Mahasiswa : **1812011180**

Bagian : **Hukum Keperdataan**

Fakultas : **Hukum**



1. **Komisi Pembimbing**

**Rohaini, S.H., M.H., Ph.D.**  
NIP 19810215 200812 2 001

**Dianne Eka Rusmawati, S.H., M.Hum.**  
NIP 19790325 200912 2 001

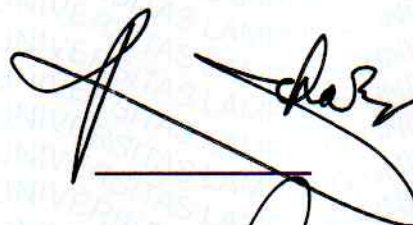
2. **Ketua Bagian Hukum Keperdataan**

**Dr. Sunaryo, S.H., M.Hum.**  
NIP 19601228 198903 1 001

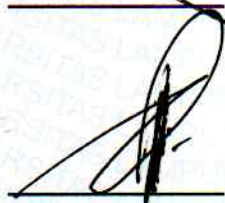
**MENGESAHKAN**

**1. Tim Penguji**

**Ketua : Rohaini, S.H., M.H., Ph.D.**



**Sekretaris / Anggota : Dianne Eka Rusmawati, S.H., M.Hum.**



**Penguji  
Bukan Pembimbing : Lindati Dwiatin, S.H., M.H.**



**2. Dekan Fakultas Hukum**



**Dr. Muhammad Fakhri, S.H., M.S.  
NIP. 19641218 198803 1 002**

**Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 02 Agustus 2022**

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fiona Christa Tampubolon  
NPM : 1812011180  
Jurusan : Hukum Keperdataan  
Fakultas : Hukum

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul "Penyelesaian Sengketa Merek Terhadap Penggunaan Kata "ACC" Antara Merek KlikACC dan ACC Memberi Kemudahan adalah benar-benar hasil karya sendiri dan bukan hasil plagiat sebagaimana telah diatur dalam Pasal 27 Peraturan Akademik Universitas Lampung dengan Keputusan Rektor Nomor 3187/H26/DT/2010.

Bandar Lampung, 2 Agustus 2022  
Penulis,



Fiona Christa Tampubolon

1812011180

## RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Fiona Christa Tampubolon dilahirkan di Bandar Lampung, pada tanggal 3 Oktober 2000. Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara, sebagai putri dari pasangan Bapak Parasian Tampubolon dan Ibu Meiyati Herlina Tobing.

Penulis mengawali pendidikan Taman Kanak-Kanak (TK) di TK Immanuel Bandar Lampung yang diselesaikan pada tahun 2006, lalu melanjutkan Sekolah Dasar (SD) di SD Immanuel Bandar Lampung kemudian pindah ke SD Xaverius 4 Palembang pada saat kelas 5 (lima) dan lulus pada tahun 2012. Kemudian penulis melanjutkan jenjang Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Xaverius Muara Bungo lalu pindah ke SMP Xaverius 1 Jambi dan berpindah lagi ke SMP Fransiskus Tanjung Karang hingga selesai pada tahun 2015. Penulis menamatkan pendidikan jenjang Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Fransiskus Bandar Lampung dan lulus pada tahun 2018.

Pada tahun 2018 penulis diterima sebagai Mahasiswi Fakultas Hukum Universitas Lampung melalui jalur Seleksi Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN). Selama menempuh pendidikan di Fakultas Hukum Universitas Lampung, Penulis pernah menjadi bagian dari anggota muda pada organisasi Pusat Studi Bantuan Hukum (PSBH) FH Unila. Penulis juga telah mengikuti kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Periode 1 tahun 2021 selama 40 hari di Kelurahan Beringin Raya, Kecamatan Kemiling, Bandar Lampung.

## **MOTO**

“Janganlah takut, sebab Aku menyertai engkau, janganlah bimbang, sebab Aku ini Allahmu; Aku akan meneguhkan, bahkan akan menolong engkau; Aku akan memegang engkau dengan tangan kanan-Ku yang membawa kemenangan.”

**(Yesaya 41:10)**

“Tuhan itu selalu memberikan apa yang kita inginkan tepat pada waktu-Nya, karena Dia yang paling tahu apa yang baik dan benar untuk kita.”

**(Ps. Philip Mantofa)**

“Jangan menyerah bila kegagalan menghampirimu, teruslah berjalan walaupun perlahan hingga semua yang kamu mimpikan perlahan terwujudkan.”

**(Anonim)**



## **PERSEMBAHAN**

Rasa penuh puji dan syukur atas karunia-Nya dan segala kerendahan hati saya persembahkan skripsi ini kepada:

Parasian Tampubolon dan Meiyati Herlina Tobing

Orang tua saya yang selama ini selalu menyayangi, melindungi dan mendidik dengan setulus hati serta tanpa lelah mendoakan saya setiap saat agar seluruh keinginan dan impian yang dicita-citakan dapat terwujud.

## SANWACANA

Salam Sejahtera dan puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan berkat dan kasih-Nyalah skripsi ini dapat terselesaikan.

Skripsi yang berjudul **“Penyelesaian Sengketa Merek Terhadap Penggunaan Kata “ACC” Antara Merek KlikACC dan ACC Memberi Kemudahan”** adalah salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum di Universitas Lampung.

Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Muhammad Fakhri, S.H., M.S. selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Lampung.
2. Bapak Dr. Sunaryo, S.H., M.Hum., selaku Ketua Bagian Hukum Keperdataan Fakultas Hukum Universitas Lampung.
3. Ibu Dewi Septiana, S.H., M.H., selaku Sekertaris Bagian Hukum Keperdataan Fakultas Hukum Universitas Lampung.
4. Ibu Rohaini, S.H., M.H., Ph.D., selaku Pembimbing Utama atas kesediaannya untuk membimbing, memberikan saran, dan kritik dalam proses penyelesaian skripsi ini.
5. Ibu Dianne Eka Rusmawati, S.H., M.Hum., selaku Pembimbing Kedua atas kesediaannya untuk membimbing, memberikan saran, dan kritik dalam proses penyelesaian skripsi ini.
6. Ibu Lindati Dwiatin, S.H., M.Hum., selaku Pembahas Utama atas kesediaannya untuk memberikan saran, kritik, dan masukan yang membangun terhadap penulisan skripsi ini.

7. Bapak Harsa Wahyu Ramadhan, S.H., M.H., selaku Pembahas Kedua atas kesediaannya untuk memberikan saran, kritik, dan masukan yang membangun terhadap penulisan skripsi ini.
8. Ibu Yunita Maya Putri, S.H., M.H. selaku Pembimbing Akademik yang telah membimbing penulis selama kuliah di Fakultas Hukum ini.
9. Seluruh Dosen dan Karyawan/Karyawati Fakultas Hukum Universitas Lampung yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Kepada kedua orangtuaku Parasian Tampubolon dan Meiyati Herlina Tobing, serta adikku Billy Christio Nathanael Tampubolon terimakasih atas dukungannya kepada penulis baik secara moril, material, doa, dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan ini dengan baik.
11. Terimakasih kepada teman-temanku sedari awal kuliah (Anissa, Vonika, Shafa, Sion, Aprita, Kesia, Era, Vita, Dilla, Rastra, Tia, dan Midi) semoga hubungan baik ini tetap terus terjaga hingga kita sukses nanti.
12. Terimakasih kepada sahabatku sedari SMA (Cynthia Pangestu, Ellen Monica Tiffany, Fanny Wijaya Halim, Thisya Punda Rika, dan Almh. Yasinta Aulia Putri) yang telah memberikan semangat dan motivasi kepada penulis sejak SMA hingga sekarang, semoga persahabatan ini akan tetap terus terjaga hingga kita sukses nanti.
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata, Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan akan tetapi, sedikit harapan semoga skripsi ini apat bermanfaat bagi yang membacanya, khususnya bagi penulis dalam mengembangkan dan mengamalkan ilmu pengetahuan.

Bandar Lampung, 2 Agustus 2022  
Penulis,

Fiona Christa Tampubolon

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>JUDUL DALAM .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>PERNYATAAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>vii</b>
<b>MOTO.....</b>	<b>viii</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>ix</b>
<b>SANWACANA .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xii</b>
<b>I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Ruang Lingkup Penelitian .....	7
D. Tujuan Penelitian .....	7
E. Kegunaan Penelitian .....	8
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
A. Tinjauan Umum Tentang Hak Kekayaan Intelektual .....	9
1. Pengertian Hak Kekayaan Intelektual .....	9
2. Ruang Lingkup Hak Kekayaan Intelektual .....	10
B. Tinjauan Umum Merek .....	12
1. Pengertian Merek .....	12
2. Peraturan Merek Secara Internasional .....	14

3.	Fungsi Merek .....	15
4.	Ruang Lingkup Merek .....	16
5.	Sistem Pendaftaran Hak Merek.....	18
6.	Pendaftaran Merek .....	18
7.	Jangka Waktu Perlindungan Merek .....	20
8.	Penyelesaian Sengketa Merek .....	21
C.	Persamaan Pada Pokoknya .....	22
D.	Itikad Tidak Baik .....	24
E.	Kerangka Pikir .....	25
F.	Kerangka Teoritis .....	27
G.	Kerangka Konseptual .....	29
<b>III.</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
A.	Jenis Penelitian .....	31
B.	Tipe Penelitian .....	31
C.	Pendekatan Masalah .....	32
D.	Data dan Sumber Data .....	32
E.	Metode Pengumpulan Data .....	33
F.	Metode Pengolahan Data .....	34
G.	Analisis Data .....	34
<b>IV.</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>36</b>
A.	Pertimbangan hakim dalam menyelesaikan sengketa merek terhadap penggunaan kata “ACC” antara merek “ACC Memberi Kemudahan” dan “KlikACC” (Studi Putusan PN Nomor 52/Pdt-Sus-Merek/2018/Pn.Jkt.Pst Jo. Putusan MA Nomor 510 K/Pdt.Sus-HKI/2019 Jo. Putusan Nomor 1 PK/Pdt.Sus-HKI/2021) .....	36
1.	Pertimbangan Hakim Dalam Putusan PN Nomor 52/Pdt-Sus-Merek/2018/Pn.Jkt .....	39
2.	Pertimbangan Hakim Dalam Putusan MA Nomor 510 K/Pdt.Sus-HKI/2019 .....	55
3.	Pertimbangan Hakim Dalam Putusan Nomor 1 PK/ Pdt.Sus-HKI/2021 .....	63

B. Akibat Hukum Putusan Mahkamah Agung Nomor 1 PK/Pdt.Sus- HKI/2021 .....	70
<b>V. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>74</b>
A. Kesimpulan .....	74
B. Saran .....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>76</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>81</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Merek ACC pada Pangkalan Data Kekayaan Intelektual .....	45
2. Perbandingan Perbandingan Merek Penggugat dan Tergugat .....	50

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan zaman yang semakin pesat menyebabkan banyak sektor kehidupan terkena dampak. Bidang teknologi adalah salah satu contoh sektor yang paling berdampak. Hal ini tercermin dari banyaknya orang yang kini berlomba untuk menciptakan sesuatu yang unik, langka, dan berbeda dari lainnya. Tingginya nilai kreatifitas dan inovasi tersebut membuat banyak lahir temuan baru-baru. Dalam proses penemuan tersebut seorang pencipta mengerahkan tenaga, pikiran, daya cipta dan karsanya. Dengan alasan tersebut maka sudah sepatutnya sebuah temuan baru harus dilindungi dalam suatu perlindungan hukum yang sekarang dikenal dengan sebutan Hak Kekayaan Intelektual.<sup>1</sup>

Hak Kekayaan Intelektual (selanjutnya disebut dengan HKI) atau *Intellectual Property Rights* adalah hak kebendaan, hak atas suatu benda yang berasal dari hasil kerja otak, hasil kerja hubungan nalar, dan hasil kerja itu berupa benda imateriil.<sup>2</sup> Setiap manusia diberkahi dengan daya pikir tetapi jarang manusia yang dapat mengeskpresikan daya pikir tersebut dalam suatu karya yang memiliki hak kebendaan. Hasil kerja dari daya pikir tersebut menghasilkan suatu hak yang bersifat eksklusif dan mendapatkan perlindungan hukum.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Krisniani Setyowati, dkk, *Hak Kekayaan Intelektual dan Tantangan Implementasinya di Perguruan Tinggi*, Bogor: Kantor HKI-IPB, 2005, hlm 1.

<sup>2</sup> Ni Ketut Supasti Dharmawan, dkk, *Buku Ajar Hak Kekayaan Intelektual*, Sleman : DEEPUBLISH, 2016, hlm. 19.

<sup>3</sup> Henry Soelistyo, *Hak Kekayaan Intelektual Konsepsi, Opini dan Aktualisasi*, Jakarta Selatan : Penaku, 2014, hlm. 12-13.



Salah satu hak yang dilindungi dalam HKI adalah merek. Merek dilindungi dalam HKI karena merek merupakan salah satu faktor penting dalam dunia bisnis. Merek berfungsi sebagai alat pembeda antara barang atau jasa yang satu dengan yang lain.<sup>4</sup> Dengan adanya merek, konsumen akan lebih mudah untuk mencirikan suatu produk yang dimiliki oleh sebuah perusahaan.<sup>5</sup> Selain itu merek juga berfungsi sebagai tanda pengenal yang dapat menggambarkan jaminan mutu dan reputasi barang yang diproduksi.<sup>6</sup>

Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (selanjutnya disebut dengan UU MIG) menyatakan bahwa “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”.

Merek merupakan salah satu kekayaan berharga bagi produsen karena semakin terkenalnya suatu merek maka konsumen akan semakin loyal dalam menggunakan produk tersebut. Hal ini yang menyebabkan para pengusaha melakukan promosi besar-besaran agar merek mereka dapat dikenal luas di masyarakat.<sup>7</sup> Maka dari itu sudah sepatutnya merek dilindungi secara hukum. Perlindungan terhadap merek ini tidak hanya menguntungkan produsen saja, konsumen sebagai pemakai produk juga akan terlindungi dari penipuan yang dilakukan oleh produk tertentu.<sup>8</sup>

---

<sup>4</sup> Insan Budi Maulana, dkk, *Kapita Selekta Hak Kekayaan Intelektual*, Yogyakarta : Pusat Studi Hukum UII, 2000, hlm. 89.

<sup>5</sup> Tommy Hendrawan Purwaka, *Perlindungan Merek*, Jakarta : Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2017, hlm. 13.

<sup>6</sup> Enny Mirfa, “*Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terdaftar*”, *Jurnal Hukum Samudra Keadilan* Volume 11 No. 1, (2016), hlm. 71.

<sup>7</sup> Muhammad Djumhanna dan Djubaedillah, *Hak Milik Intelektual*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014, hlm. 229.

<sup>8</sup> Khoirul Hidayah, *Hukum Kekayaan Intelektual*, Malang: Setara Press, 2017, hlm. 54.

Agar suatu merek mendapatkan perlindungan hukum maka merek itu harus didaftarkan terlebih dahulu, hal ini dikarenakan Indonesia menganut sistem konstitutif atau *first to file* yang artinya pendaftar pertama yang berhak mendapatkan prioritas hak atas merek tersebut.<sup>9</sup> Permohonan pendaftaran merek dapat diajukan kepada Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual (selanjutnya disebut dengan DJKI) dan apabila permohonan disetujui maka pemohon pendaftaran akan memperoleh sertifikat merek dan tercatat di dalam daftar umum merek. Dengan dilakukannya pendaftaran atas merek maka pihak pendaftar tersebut akan mendapatkan hak secara eksklusif untuk memakai merek tersebut.<sup>10</sup>

Pada zaman sekarang jumlah merek yang beredar di masyarakat semakin banyak. Hal ini tentu saja menimbulkan dampak baik di dalam dunia perekonomian, namun di sisi lain hal ini juga menimbulkan dampak buruk. Sering kali terjadi tindakan pelanggaran merek belakangan ini, secara khusus perbuatan peniruan dan pemakaian merek terdaftar milik pihak lain secara tidak sah.<sup>11</sup> Peniruan dan pemakaian secara tidak sah ini memiliki tujuan untuk mendompleng nama baik dari merek yang sudah lebih dahulu terkenal demi mendapatkan keuntungan secara cepat.

Kerugian yang diakibatkan oleh perbuatan tersebut tentu sangat berdampak bagi pengusaha/produsen sebagai pemegang hak merek dan konsumen sebagai pemakai dari merek yang bersangkutan.<sup>12</sup> Maka dari itu untuk mencegah hal tersebut terulang kembali maka diperlukan sebuah produk hukum yang secara tegas mengatur tentang merek. Hal ini bertujuan agar para pelaku usaha

---

<sup>9</sup> M. Yahya Harahap, *Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang Merek Nomor 19 Tahun 1992*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1996, hlm. 47.

<sup>10</sup> Julius Rizaldi, *Perlindungan Kemasan Produk Merek Terkenal Terhadap Persaingan Curang*, Bandung: Alumni, 2009, hlm. 3.

<sup>11</sup> Chandra Gita Dewi, *Penyelesaian Sengketa Pelanggaran Merek*, (Sleman, DEEPUBLISH, 2019), hlm. 4.

<sup>12</sup> Cindy Tri Putri dan Endang Purwaningsih, "Penerapan Kriteria Persamaan Pada Pokoknya Dalam Sengketa Merek J. Casanova", *ADIL : Jurnal Hukum* Vol. 10 No. 2, (2019), hlm. 51.

mendapat kepastian dan perlindungan hukum. Selain itu perlindungan hukum terhadap merek ini dapat pula dijadikan sebagai salah satu upaya untuk memperkuat sistem perdagangan yang sehat.

UU MIG merupakan instrumen hukum di Indonesia berkaitan dengan merek. Salah satu hal yang diatur dalam UU MIG adalah persamaan pada pokoknya. Hal tersebut diatur dalam Pasal 21 UU MIG sebagai alasan relatif atau alasan yang menyebabkan suatu merek ditolak pendaftarannya oleh DJKI. Berkaitan dengan sengketa *a quo*, pasal yang berhubungan adalah Pasal 21 ayat (1) huruf a UU MIG yang berbunyi demikian: “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.”

Merujuk kepada ketentuan tersebut seharusnya pendaftaran merek yang mengandung persamaan pada pokoknya haruslah ditolak pendaftarannya. Namun kenyataannya hal tersebut masih sering kali diabaikan oleh DJKI, terbukti dengan banyaknya gugatan pembatalan merek yang disebabkan karena adanya merek yang mengandung persamaan pada pokoknya. Salah satu contoh kasus gugatan pembatalan merek yang disebabkan mempunyai persamaan pada pokoknya adalah gugatan pembatalan merek “KlikACC” yang dilayangkan oleh PT. Astra Sedaya Finance kepada PT. Aman Cermat Cepat.

Kasus ini bermula saat PT. Astra Sedaya Finance sebagai pemilik merek “ACC Memberi Kemudahan” menggugat PT. Aman Cermat Cepat sebagai pemilik merek “KlikACC” dan Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Cq. Direktorat Merek dan Indikasi Geografis ke Pengadilan Niaga Jakarta Pusat berkaitan dengan klausul persamaan pada pokoknya yaitu pada kata “ACC” dalam merek “KlikACC”. Kata “ACC” sendiri telah terdaftar sebagai bagian dari merek Penggugat sejak tahun 2014 sedangkan merek Tergugat baru didaftarkan pada tahun 2017.

PT. Astra Sedaya Finance adalah sebuah perusahaan pembiayaan mobil dan alat berat yang telah berdiri sejak tahun 1982 dengan nama awal yaitu PT. Rahardja Sedaya yang kemudian berubah menjadi PT. Astra Sedaya Finance pada tahun 1990. Pada tahun 1994, PT. Astra Sedaya Finance meluncurkan sebuah bisnis dengan identitas nama “ACC” yang memiliki kepanjangan yaitu Astra Credit Companies. Kemudian pada tahun 1996, PT. Astra Sedaya Finance mendaftarkan hak cipta atas gambar dan logo dengan susunan huruf berbunyi “ACC Memberi Kemudahan” ke DJKI dan telah mendapatkan perlindungan hak cipta atas logo tersebut.

Dalam perjalanan bisnisnya PT. Astra Sedaya Finance telah melakukan banyak promosi sehingga merek “ACC” kini telah dikenal oleh masyarakat luas. Hal ini terbukti dengan semakin bertambah banyaknya kantor cabang “ACC” di berbagai kota di Indonesia. Hal tersebut yang menjadi alasan pada tahun 2014, PT. Astra Sedaya Finance melakukan pendaftaran merek dengan nama resmi yaitu “ACC Memberi Kemudahan” ke Direktorat Kekayaan Intelektual, Direktorat Merek dan Indikasi Geografis. Pendaftaran merek “ACC Memberi Kemudahan” terbukti berdasarkan Sertifikat Merek Nomor : IDM000664835 tertanggal 26 Juni 2014 untuk Kelas Barang/Jasa : 36 dan mendapatkan perlindungan hak merek selama sepuluh tahun hingga tanggal 26 Juni 2024.

Akibat munculnya merek “KlikACC” tersebut, PT. Astra Sedaya Finance mengalami kerugian karena masyarakat banyak yang terkecoh dan beranggapan bahwa merek “ACC Memberi Kemudahan” dan merek “KlikACC” terafiliasi ke dalam suatu produk pembiayaan yang sama. Berdasarkan hal tersebut PT. Astra Sedaya Finance selaku pemegang sah hak merek “ACC Memberi Kemudahan” mengajukan gugatan pembatalan merek “KlikACC” ke Pengadilan Niaga Jakarta Pusat dengan dalil bahwa merek “KlikACC” terbukti mengandung persamaan pada pokoknya dengan merek milik PT. Astra Sedaya Finance dan PT. Astra Sedaya Finance menyatakan bahwa merek “KlikACC” didaftarkan atas itikad tidak baik.

Atas gugatan yang diajukan oleh PT. Astra Sedaya Finance tersebut, Majelis Hakim Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat memberikan amar putusan yang pada pokoknya adalah menyatakan Penggugat adalah pendaftar dengan itikad baik, menyatakan bahwa merek “ACC Memberi Kemudahan” adalah merek dengan reputasi yang baik dan menolak gugatan Penggugat selebihnya. Adapun petitum inti dari gugatan tersebut yaitu pembatalan pendaftaran merek “KlikACC” ditolak. Hal ini membuat PT. Astra Sedaya Finance selaku Penggugat dan pemegang sah merek “ACC Memberi Kemudahan” merasa keberatan dan kecewa atas putusan tersebut. Berdasarkan alasan tersebut maka, PT. Astra Sedaya Finance pun melakukan upaya hukum selanjutnya yaitu Kasasi ke Mahkamah Agung.

Masih sama dengan Putusan Pengadilan Niaga, pada tahap Kasasi ini amar putusan yang dijatuhkan oleh Mahkamah Agung adalah menolak permohonan kasasi dari PT. Astra Sedaya Finance yang artinya pembatalan merek “KlikACC” tidak dikabulkan. Tidak puas dengan putusan yang dijatuhkan pada tahap kasasi, PT. Astra Sedaya Finance lalu melakukan langkah hukum selanjutnya yaitu dengan mengajukan peninjauan kembali ke Mahkamah Agung. Adapun Pemohon Peninjauan Kembali mendalilkan bahwa di dalam putusan tersebut terdapat suatu kekhilafan hakim atau kekeliruan yang nyata. Atas Permohonan Peninjauan Kembali yang diajukan oleh Pemohon, Mahkamah Agung menjatuhkan amar putusan yang pada pokoknya adalah menerima permohonan peninjauan kembali yang diajukan Pemohon dan menyatakan batal pendaftaran merek “KlikACC” milik PT. Aman Cermat Cepat.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka penulis tertarik untuk mengkaji dan meneliti putusan sengketa *a quo* yang akan dituangkan dalam bentuk skripsi yang berjudul **“Penyelesaian Sengketa Merek Terhadap Penggunaan Kata “ACC” Antara Merek KlikACC dan ACC Memberi Kemudahan.”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan:

1. Bagaimana pertimbangan hakim dalam menyelesaikan sengketa merek terhadap penggunaan kata “ACC” antara merek “KlikACC” dan “ACC Memberi Kemudahan” (Studi Putusan PN Nomor 52/Pdt-Sus-Merek/2018/Pn.Jkt.Pst Jo. Putusan MA Nomor 510 K/Pdt.Sus-HKI/2019 Jo. Putusan Nomor 1 PK/Pdt.Sus-HKI/2021)?
2. Bagaimana akibat hukum dari Putusan Nomor 1 PK/Pdt.Sus-HKI/2021?

## **C. Ruang Lingkup Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan diatas maka yang menjadi ruang lingkup penelitian ini meliputi :

1. Ruang Lingkup Keilmuan  
Ruang lingkup keilmuan dalam penelitian ini adalah Hukum Keperdataan, khususnya berkaitan dengan Hukum Kekayaan Intelektual.
2. Ruang Lingkup Objek Kajian  
Ruang lingkup objek kajian adalah pertimbangan hakim dalam menyelesaikan sengketa merek terhadap penggunaan kata “ACC” antara merek “KlikACC” dan “ACC Memberi Kemudahan” (Studi Putusan PN Nomor 52/Pdt-Sus-Merek/2018/Pn.Jkt.Pst Jo. Putusan MA Nomor 510 K/Pdt.Sus-HKI/2019 Jo. Putusan Nomor 1 PK/Pdt.Sus-HKI/2021).

## **D. Tujuan Penelitian**

1. Tujuan Umum  
Penelitian ini diajukan untuk melengkapi persyaratan akademis dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Hukum di Fakultas Hukum Universitas Lampung.

## 2. Tujuan Khusus

Berkaitan dengan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan khusus yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk menganalisis mengenai pertimbangan hakim dalam menyelesaikan sengketa merek terhadap penggunaan kata “ACC” antara merek “KlikACC” dan “ACC Memberi Kemudahan” (Studi Putusan PN Nomor 52/Pdt-Sus-Merek/2018/Pn.Jkt.Pst Jo. Putusan MA Nomor 510 K/Pdt.Sus-HKI/2019 Jo. Putusan Nomor 1 PK/Pdt.Sus-HKI/2021).
- b. Untuk menganalisis akibat hukum yang ditimbulkan setelah adanya Putusan Nomor 1 PK/Pdt.Sus-HKI/2021.

## E. Kegunaan Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan secara teoritis dan praktis, yaitu :

### 1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dalam pengembangan ilmu pengetahuan terutama di bidang ilmu Hukum Keperdataan yang berkaitan dengan Hukum Kekayaan Intelektual.

### 2. Kegunaan Praktis

Secara praktis dengan adanya penelitian ini diharapkan :

- a. Sebagai upaya pengembangan pengetahuan hukum bagi penulis dalam bidang Hukum Keperdataan terkhusus pada Hukum Kekayaan Intelektual.
- b. Sebagai bahan informasi dan literatur bagi para pihak terkhusus bagi mahasiswa bagian Hukum Keperdataan Fakultas Hukum Universitas Lampung yang membutuhkan referensi sehingga dapat digunakan sebagai bahan penelitian lebih lanjut terkait dengan permasalahan hukum dalam lingkup pembahasan Hukum Kekayaan Intelektual.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### A. Tinjauan Umum Tentang Hak Kekayaan Intelektual

#### 1. Pengertian Hak Kekayaan Intelektual

HKI merupakan salah satu bagian utama dari perkembangan perekonomian negara. Sebagian besar pertumbuhan perekonomian tersebut didominasi dari investasi dan inovasi dari kekayaan intelektual yang terus bertumbuh dan berkembang sejalan dengan berkembangnya HKI. Dengan terus berkembangnya perekonomian ini diharapkan agar kekayaan intelektual akan terus bertumbuh dan berkembang.

HKI atau dalam bahasa Inggris yaitu *Intellectual Property Rights* (IPR) adalah hak yang timbul dari gagasan untuk menciptakan produk atau proses yang berguna bagi manusia.<sup>13</sup>

Terdapat beberapa pendapat dari para ahli yang menjelaskan mengenai HKI adalah sebagai berikut:<sup>14</sup>

- a. Menurut Bambang Kesowo, HKI adalah hak atas kekayaan yang timbul atau lahir karena kemampuan intelektual manusia yang berupa kekayaan intelektual seperti di bidang ilmu pengetahuan, seni, sastra, ataupun teknologi.

---

<sup>13</sup> Abd Talib dan Muchlisin, *Hak Kekayaan Intelektual Indonesia*, Depok: PT. Raja Grafindo Persada, 2018, hlm. 20.

<sup>14</sup> Dian Onasis, "Pentingnya Pemahaman Terhadap HAKI Sebagai Upaya Penghargaan Terhadap Karya Intelektual Manusia" <https://www.kompasiana.com/dian.onasis/55001201813311091bfa70cc/pentingnya-pemahaman-terhadap-haki-sebagai-upaya-penghargaan-terhadap-karya-intelektual-manusia>, diakses 18 Juli 2022 pukul 12.24



- b. Menurut David I. Bainbridge, HKI adalah setiap karya yang lahir dari kemampuan intelektual manusia akan dilindungi secara hukum melalui HKI.
- c. Menurut Jill Mckeogh dan Andrew Stewart, HKI adalah istilah umum untuk berbagai hak atau kumpulan hak yang dilindungi oleh hukum atas usaha atau upaya dari seseorang atau beberapa orang yang menghasilkan sesuatu yang bernilai, dengan kata lain lebih dikhususkan untuk perlindungan atas investasi ekonomi dari seseorang atau beberapa orang yang mempunyai daya cipta.

Berdasarkan pengertian yang telah dijabarkan diatas maka dapat disimpulkan bahwa HKI adalah hak kepemilikan atas karya-karya yang lahir atau timbul dari kemampuan intelektual manusia.

## 2. Ruang Lingkup Hak Kekayaan Intelektual

Ruang lingkup HKI terbagi atas dua golongan yaitu:<sup>15</sup>

- a. Hak Cipta (*Copy Rights*)

Berdasarkan Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, “Hak Cipta adalah hak eksklusif pencipta yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata tanpa mengurangi pembatasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.”

- b. Hak Kekayaan Industri (*Industrial Property Rights*)

Adapun ruang lingkup hak kekayaan industri mencakup:

- 1) Merek (*Trade Mark*)

Berdasarkan Pasal 1 ayat (1) UU MIG, “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

---

<sup>15</sup> Pipin Syarifin, *Peraturan Hak Kekayaan Intelektual di Indonesia*, Bandung: Pustaka Bani Quraisy, 2004, hlm. 11-12.

membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan dan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.”

2) Paten (*Patent*)

Berdasarkan Pasal 1 ayat (1) UU No. 13 Tahun 2016 tentang Paten, “Paten adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada inventor atas hasil invensinya di teknologi untuk jangka waktu tertentu melaksanakan sendiri invensi tersebut atau memberikan persetujuan kepada pihak lain untuk melaksanakannya.”

3) Rahasia Dagang (*Trade Secret*)

Berdasarkan Pasal 1 ayat (1) UU No. 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang, “Rahasia Dagang adalah informasi yang tidak diketahui oleh umum di bidang teknologi dan/atau bisnis, mempunyai nilai ekonomi karena berguna dalam kegiatan usaha, dan dijaga kerahasiannya oleh pemilik rahasia dagang.”

4) Desain Industri (*Industrial Design*)

Berdasarkan Pasal 1 ayat (1) UU No. 31 Tahun 2000 tentang Desain Industri, “Desain Industri adalah suatu kreasi tentang bentuk, konfigurasi, atau komposisi garis atau warna, atau garis dan warna, atau gabungan daripadanya yang berbentuk tiga dimensi atau dua dimensi serta dapat dipakai untuk menghasilkan suatu produk barang, komoditas industri, atau kerajinan tangan.”

5) Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu (*Layout Desain Topographics of Intergration Circuits*)

Berdasarkan Pasal 1 ayat (1) UU No. 32 Tahun 2000 tentang Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu, “Sirkuit Terpadu adalah suatu produk dalam bentuk jadi atau setengah jadi, yang di dalamnya terdapat berbagai elemen dan sekurang-kurangnya satu dari elemen tersebut adalah elemen aktif, yang sebagian atau seluruhnya saling berkaitan serta dibentuk secara terpadu

di dalam sebuah bahan semikonduktor yang dimaksudkan untuk menghasilkan fungsi elektronik.”

Berdasarkan Pasal 1 ayat (2) UU No. 32 Tahun 2000 tentang Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu, “Desain Tata Letak adalah kreasi berupa rancangan peletakan tiga dimensi dari berbagai elemen, sekurang-kurangnya satu dari elemen tersebut adalah elemen aktif, serta sebagian atau semua interkoneksi dalam suatu Sirkuit Terpadu dan peletakan tiga dimensi tersebut dimaksudkan untuk persiapan pembuatan Sirkuit Terpadu.”

6) Perlindungan Varietas Tanaman (*Plant Variety*)

Berdasarkan Pasal 1 ayat (1) UU No. 29 Tahun 2000 tentang Perlindungan Varietas Tanaman, “Perlindungan Varietas Tanaman adalah perlindungan khusus yang diberikan negara, yang dalam hal ini diwakili oleh Pemerintah dan pelaksanaannya dilakukan oleh Kantor Perlindungan Varietas Tanaman, terhadap varietas tanaman yang dihasilkan oleh pemulia tanaman melalui kegiatan pemuliaan tanaman.”

## **B. Tinjauan Umum Merek**

### **1. Pengertian Merek**

Pasal 1 ayat (1) UU MIG menyatakan bahwa “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 dan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa”.

Selain itu terdapat beberapa pengertian merek, diantaranya sebagai berikut:<sup>16</sup>

- a. Menurut Kotler dan Amstrong, merek adalah nama, istilah, tanda, lambang, atau rancangan, atau kombinasinya, yang bertujuan untuk mengidentifikasi barang atau jasa yang dihasilkan oleh produsen. Menurutnya, merek akan memudahkan untuk mengidentifikasi produk yang ada di pasaran, mengidentifikasi produk mana yang lebih banyak manfaatnya, atau produk mana yang sesuai dengan selera konsumen.
- b. Menurut Aaker, merek adalah nama atau simbol pembeda dengan maksud untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari penjual atau kelompok penjual atau kelompok penjual tertentu sehingga dapat membedakannya dari produk lain yang dihasilkan oleh pesaing. Membedakan disini bisa berarti dari segi logo, stempel, nama, kemasan dan sebagainya.
- c. Menurut Sinamora, merek adalah segala sesuatu yang mengidentifikasi barang atau jasa penjual dan membedakannya dari barang atau jasa lain. Merek dapat berupa kata, huruf, kelompok kata, simbol, desain, atau kombinasi dari hal-hal tersebut.
- d. Menurut Shimp, merek adalah desain atau merek dagang unik perusahaan yang membedakan penawarannya dari kategori produk baru lainnya.

Dari beberapa pendapat ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa merek adalah sebuah tanda yang digunakan untuk membedakan antara satu barang atau jasa milik pihak lain yang dapat berupa nama, tanda, simbol, gambar, cap, dan sebagainya.

---

<sup>16</sup> Rahmat Hidayat, “8 Pengertian Merek Menurut Para Ahli Terkenal”, <https://www.kitapunya.net/Pengertian-merek-menurut-para-ahli>”, diakses pada tanggal 22 Februari 2022, pukul 20.29 WIB.

## 2. Peraturan Merek Secara Internasional

Indonesia merupakan salah satu negara yang telah mengesahkan *Agreement on Establishing the World Trade Organization* yang tertuang dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1994 tentang Pengesahan *Agreement Establishing The World Trade Organization* (Persetujuan Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia). Salah satu instrumen hukum yang dihasilkan WTO berkaitan dengan merek tertuang di dalam *Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights Including Trade in Counterfeit Goods* (TRIPs).<sup>17</sup> TRIPs sendiri mencakup lima hal yaitu prinsip dasar perdagangan dan persetujuan di bidang HKI, perlindungan HKI, penegakan hukum di bidang HKI, penyelesaian sengketa dan pengaturan khusus diberlakukan selama periode transisi.<sup>18</sup>

Selain TRIPs, Indonesia juga terikat kepada *Paris Union Convention*, konvensi ini membahas mengenai perlindungan pada hak milik perindustrian (*Paris Convention for the Protection of Industrial Property*). Adapun isi dari *Paris Union Convention* yaitu tentang kriteria pendaftaran yang ditentukan oleh undang-undang negara setempat, hilangnya merek dagang yang tidak digunakan, perlindungan khusus bagi merek dagang terkenal, merek jasa dan merek kolektif, dan pengalihan merek.<sup>19</sup>

Selain *Paris Convention* dan *TRIPs*, ada juga *Madrid Protocol* yang telah disepakati oleh negara anggota WIPO. Pada tahun 2017, Indonesia telah melakukan akses terhadap *Madrid Protocol* dan mulai berlaku pada tahun 2018. Dengan adanya *Madrid Protocol* maka dengan satu kali mendaftarkan merek maka merek tersebut akan secara otomatis terdaftar di seluruh negara

---

<sup>17</sup> Siti Nurul Intan Sari, "Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal Berdasarkan Konvensi Paris dan Perjanjian TRIPs Serta Penerapannya Berdasarkan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek", *Jurnal Yuridis* Vol. 2 No. 2, (2015), hlm. 165.

<sup>18</sup> Laina Rafianti, "Perkembangan Hukum Merek di Indonesia", *Fiat Justitia : Jurnal Ilmu Hukum* Vol. 7 No. 1, (2013), hlm. 7.

<sup>19</sup> Rakhmita Desmayanti, "Tinjauan Umum Perlindungan Merek Terkenal Sebagai Daya Pembeda Menurut Perspektif Hukum Di Indonesia," *Jurnal Cahaya Keadilan*, Vol. 6 No. 1, (2018), hlm. 7.

anggota.<sup>20</sup> Adapun keunggulan dari *Madrid Protocol* adalah kepraktisan, hemat waktu, hemat anggaran, dan perluasan perlindungan pada negara yang baru bergabung.

Perjanjian lainnya tentang merek yaitu *The Hague Agreement Concerning The International Deposit Of Industrial Patern and Design*, *Lisbon Agreement Concerning The Protection and The International Registration Of Declaration Of Origin*, dan *Nice Agreement Concerning The International Classification Of Good and Services to Which Trademarks Apply*.<sup>21</sup> *The Hague Agreement Concerning The International Deposit Of Industrial Patern and Design* adalah perjanjian mengenai Deposit Internasional tentang Gambar atau Model Kerajinan. *Lisbon Agreement Concerning The Protection and The International Registration Of Declaration Of Origin* adalah perjanjian mengenai perlindungan pendaftaran internasional tentang keterangan asal barang. *Nice Agreement Concerning The International Classification Of Good and Services to Which Trademarks Apply* adalah perjanjian mengenai klasifikasi internasional berkaitan dengan merek.

### 3. Fungsi Merek

Hakekatnya merek dipakai oleh produsen atau pemilik merek untuk melindungi produknya, maka dari itu fungsi dari merek adalah:<sup>22</sup>

- a. Fungsi pembeda artinya merek memiliki fungsi untuk membedakan suatu produk yang diproduksi oleh sebuah perusahaan dengan produk yang diproduksi oleh perusahaan lain.
- b. Fungsi jaminan reputasi yakni sebagai tanda asal-usul produk yang menghubungkan reputasi produk bermerek tersebut dengan produsennya sekaligus memberi jaminan kualitas akan produk tersebut.

---

<sup>20</sup> Rohaini, "The Madrid Protocol : Mewujudkan Perlindungan Hukum Yang Efektif Bagi Merek Terkenal di ASEAN", *Jurnal Media Hukum*, Vol.25, No. 1 (2018), hlm. 70.

<sup>21</sup> Humaedi Abdurahman, "Asas First To File Principal Dalam Kasus Hak Merek Nama Terkenal Benu", *Aktualita*, Vol. 3 No. 1 (2020), hlm. 434.

<sup>22</sup> Anis Mashdurohatun, *Hak Kekayaan Intelektual*, Semarang: Madina Semarang, 2013, hlm.52.

- c. Fungsi promosi yakni merek yang digunakan sebagai sarana memperkenalkan produk baru dan mempertahankan reputasi produk lama yang diperdagangkan sekaligus untuk menguasai pasar.
- d. Fungsi rangsangan investasi dan pertumbuhan industri yakni merek dapat menunjang pertumbuhan industri melalui penanaman modal, baik asing maupun dalam negeri dalam menghadapi mekanisme pasar bebas.

#### 4. Ruang Lingkup Merek

Dalam UU MIG terdapat tiga jenis merek yang diatur, diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Menurut Pasal 1 ayat (2) UU MIG, “Merek dagang adalah merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang sejenis lainnya.”
- b. Menurut Pasal 1 ayat (3) UU MIG, “Merek jasa adalah merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa-jasa sejenis lainnya.”
- c. Menurut Pasal 1 ayat (4) UU MIG, “Merek kolektif adalah merek yang digunakan pada barang dan/atau jasa dengan karakteristik yang sama mengenai sifat, ciri umum, dan mutu barang atau jasa serta pengawasannya yang akan diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa sejenis lainnya.”

Berdasarkan keterkenalannya para ahli membedakan tingkat kemashuran atau tingkat keterkenalan yang dimiliki sebagai merek antara lain :<sup>23</sup>

- a. Merek biasa (*normal mark*) adalah merek yang tidak memiliki reputasi tinggi, jangkauan pemasaran terbatas dalam kawasan lokal dan belum mampu melintasi pasar nasional atau regional.

---

<sup>23</sup> Lionita Putri Lobo dan Indriani Wauran, “Kedudukan Merek Terkenal (Asing) Dalam Hukum Merek Indonesia”, Masalah-Masalah Hukum, Jilid 50 No. 1 ( 2021), hlm. 74.

- b. Merek terkenal (*well-known mark*) adalah merek yang memiliki reputasi tinggi yang menimbulkan keakraban pada setiap lapisan konsumen.
- c. Merek termasyhur (*famous mark*) adalah merek yang mempunyai derajat lebih tinggi dari merek biasa maupun merek terkenal.

Berdasarkan *Abercrombie Classification*, merek dikategorikan ke dalam lima tahap berdasarkan kekuatannya untuk dibedakan berdasarkan asal kata atau nama yang mendapatkan perlindungan tertinggi hingga merek yang tidak layak untuk mendapatkan perlindungan:<sup>24</sup>

- a. *Fanciful Trademark*

*Fanciful trademark* adalah merek yang dibentuk berdasarkan kata khayalan yang unik dan merek dalam menggambarkan produk dalam penamaannya. Tanda tersebut berfokus kepada upaya untuk membedakan suatu barang atau jasa berdasarkan keunikan nama yang digunakan dibandingkan tanda lainnya, contohnya seperti merek Kodak.

- b. *Arbitrary Trademark*

*Arbitrary trademark* adalah merek diambil dari kata-kata yang sudah ada di dalam kamus, namun tidak ada kaitannya dengan produk barang atau jasa pada merek tersebut. Tanda tersebut dimaksudkan agar konsumen berfokus kepada perbedaan barang atau jasa dengan terlebih dahulu mengenal tanda atau ciri khas yang melekat padanya, contohnya merek “Blackberry” yang notabene adalah nama buah namun dijadikan sebagai merek dari ponsel, dan merek “Jaguar” yang notabene adalah nama hewan dijadikan sebagai merek dari mobil.

- c. *Suggestive Trademark*

*Suggestive trademark* adalah merek dengan unsur kata yang memiliki kaitan erat atau secara langsung mendeskripsikan barang atau jasa. Contohnya adalah Merek *World Book* untuk ensiklopedia, Merek

---

<sup>24</sup> Muhammad Dayyan Sunni dan Mas Rahmad, “Pembatalan Merek Terkenal Yang Berubah Menjadi Istilah Umum, Jurnal Jurist Diction, Fakultas Hukum Unair, Vol. 3, Nomor 2 (Maret, 2020), hlm. 489.



*Bufferin* untuk pil sejenis aspirin, dan Merek *Sunny* untuk lampu penerang.

d. *Descriptive Trademark*

*Descriptive Trademark* adalah merek dengan unsur kata yang secara langsung menggambarkan kondisi barang atau jasa yang melekat kepadanya. Contohnya Merek “Supermie” yang mendeskripsikan kualitas mie yang super, Merek “Mie Gelas” yang mendeskripsikan mie yang penyajiannya di dalam gelas, dan Merek “Mie Sedaap” yang mendeskripsikan mie dengan rasa yang sedap (keterangan rasa).

e. *Generic Term*

*Generic Term* merupakan tanda yang menjelaskan genus produk yang dipresentasikan. Tanda ini bersifat menerangkan objek secara umum. Contohnya adalah “Larutan Penyegar” untuk produk larutan penyegar atau kata “Sepatu” untuk menggambarkan produk sepatu.

## 5. Sistem Pendaftaran Merek

Sistem pendaftaran merek terbagi atas dua sistem yaitu sistem deklaratif dan sistem konstitutif. Sistem deklaratif lebih menitikberatkan kepada pemakai pertama. Pemakai pertama terhadap suatu merek dianggap berhak menurut hukum atas merek yang bersangkutan. Namun, jika orang lain dapat membuktikan bahwa mereka adalah pengguna pertama maka pendaftaran merek dapat dibatalkan oleh pengadilan. Sistem konstitutif menitikberatkan kepada pendaftar pertama artinya orang atau perusahaan pertama yang memiliki hak secara eksklusif terhadap merek yang bersangkutan, bukan pemakai pertama. Atau lebih mudahnya, orang yang berhak atas hak merek adalah orang yang telah mendaftarkan mereknya tersebut.

## 6. Pendaftaran Merek

Di Indonesia, pendaftaran merek menganut sistem konstitutif atau hak atas merek baru akan timbul setelah merek didaftarkan. Hal tersebut diatur di dalam Pasal 3 UU MIG. Menurut beberapa ahli hukum seperti Sudargo Gautama dan

Emmy Pangaribuan, sistem konstitutif lebih memberikan kepastian hukum pada merek.

Syarat dan Tata Cara Permohonan Pendaftaran Merek diatur di dalam Pasal 4 UU MIG yaitu :

- "1. Permohonan pendaftaran merek diajukan oleh Pemohon atau Kuasanya kepada Menteri secara elektronik atau non-elektronik dalam bahasa Indonesia.
2. Dalam permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus mencantumkan:
  - a. Tanggal, bulan, dan tahun permohonan;
  - b. Nama lengkap, kewarganegaraan, dan alamat Pemohon;
  - c. Nama lengkap dan alamat Kuasa jika Permohonan diajukan melalui Kuasa;
  - d. Warna jika merek yang dimohonkan pendaftarannya menggunakan unsur warna;
  - e. Nama negara dan tanggal permintaan merek yang pertama kali dalam hal permohonan diajukan dengan Hak Prioritas; dan
  - f. Kelas barang dan/atau kelas jasa serta uraian jenis barang dan/atau jenis jasa.
3. Permohonan ditandatangani Pemohon atau Kuasanya.
4. Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilampiri dengan label merek dan bukti pembayaran biaya.
5. Biaya permohonan pendaftaran merek ditentukan per kelas barang dan/atau jasa.
6. Dalam hal merek sebagaimana dimaksud pada ayat (4) berupa bentuk 3 (tiga) dimensi, label merek yang dilampirkan dalam bentuk karakteristik dari merek tersebut.
7. Dalam hal merek sebagaimana dimaksud pada ayat (4) berupa suara, label merek yang dilampirkan berupa notasi dan rekaman suara.

8. Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib dilampiri dengan surat pernyataan kepemilikan merek yang dimohonkan pendaftarannya.
9. Ketentuan lebih lanjut mengenai biaya permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (5) diatur dengan Peraturan Pemerintah.”

Syarat permohonan pendaftaran merek diatur lebih rinci di dalam Pasal 3 Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek (selanjutnya disebut dengan Permenkumham 2016). Apabila syarat yang diatur dalam UU Merek dan Permenkumham 2016 terpenuhi maka permohonan pendaftaran merek akan diumumkan. Mengenai mekanisme pengumuman diatur di dalam Pasal 4 Permenkumham.

Setelah semua syarat terpenuhi maka permohonan pendaftaran merek diumumkan dalam Berita Resmi Merek, dan apabila ada pihak yang keberatan atas pendaftaran merek tersebut dapat diajukan keberatan sebagaimana diatur dalam Pasal 5 Permenkumham 2016. Apabila tidak ada keberatan dari berbagai pihak, maka pemohon merek tersebut berhak atas merek tersebut. Menurut Pasal 1 ayat (5) UU MIG, “Hak atas merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya.”

## **8. Jangka Waktu Perlindungan Merek**

Berdasarkan Pasal 35 ayat (1) UU MIG menyatakan bahwa, “Merek terdaftar mendapatkan perlindungan hukum untuk jangka waktu 10 (sepuluh) tahun sejak Tanggal Penerimaan.”

Adapun apabila hendak diajukan perpanjangan jangka waktu terhadap merek yang telah terdaftar, maka menurut Pasal 35 ayat (2) hingga ayat (4) UU MIG menyatakan bahwa:

- “(2) Jangka waktu perlindungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat diperpanjang untuk jangka waktu yang sama;
- (3) Permohonan perpanjangan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) diajukan secara elektronik atau non elektronik dalam Bahasa Indonesia oleh pemilik merek atau kuasanya dalam jangka waktu 6 (enam) bulan sebelum berakhirnya jangka waktu perlindungan bagi merek terdaftar tersebut dapat dikenai biaya;
- (4) Permohonan perpanjangan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) masih dapat diajukan dalam jangka waktu paling lama 6 (enam) bulan setelah berakhirnya jangka waktu perlindungan merek terdaftar tersebut dengan dikenai biaya dan denda sebesar biaya perpanjangan.”

Permohonan perpanjangan merek disetujui apabila memenuhi syarat pada Pasal 36 UU MIG yang menyatakan bahwa:

“Permohonan perpanjangan disetujui jika Pemohon melampirkan surat pernyataan tentang:

- a. Merek yang bersangkutan masih digunakan pada barang atau jasa sebagaimana dicantumkan dalam sertifikat merek tersebut.
- b. Barang atau jasa sebagaimana dimaksud dalam huruf a masih diproduksi dan/atau diperdagangkan.”

## **9. Penyelesaian Sengketa Merek**

UU MIG memberikan pilihan kepada para pemegang merek untuk menyelesaikan sengketanya. Mekanisme penyelesaian sengketa yang bisa dilakukan oleh para pemegang merek untuk mempertahankan haknya adalah sebagai berikut:<sup>25</sup>

### **1. Pengadilan**

Menurut Pasal 83 UU MIG, gugatan atas pelanggaran merek dapat diajukan oleh pemilik merek terdaftar atau penerima lisensi merek

---

<sup>25</sup> Khoirul Hidayah, *Op.Cit*, hlm.60-61

terhadap pihak lain yang secara tanpa hak menggunakan merek yang mengandung persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya yang berupa gugatan ganti rugi atau penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek tersebut. Gugatan tersebut diajukan oleh pemilik merek terdaftar atau penerima lisensi merek kepada Pengadilan Niaga. Kemudian, menurut Pasal 87 UU MIG, penyelesaian sengketa merek tidak mengenal upaya banding melainkan langsung kasasi. Sidang pemeriksaan dan putusan permohonan kasasi harus diselesaikan dalam kurun waktu 90 hari setelah tanggal permohonan kasasi diterima oleh majelis kasasi kemudian atas putusan kasasi tersebut dapat dilakukan peninjauan kembali sebagaimana diatur dalam Pasal 88 ayat (1) UU MIG.

## 2. Alternatif Penyelesaian Sengketa

Menurut Pasal 93 UU MIG, selain penyelesaian melalui ranah pengadilan, para pihak dapat menyelesaikan sengketa merek melalui arbitrase atau alternatif sengketa lainnya. Penyelesaian sengketa melalui alternatif penyelesaian sengketa/ADR (*Alternative Dispute Resolution*) dalam bentuk negosiasi, mediasi, konsiliasi, dan dengan cara lain yang dipilih oleh para pihak sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

### C. Persamaan Pada Pokoknya

Persamaan pada pokoknya adalah kemiripan yang disebabkan karena adanya suatu unsur menonjol diantara dua merek yang menimbulkan adanya persamaan baik secara bentuk, penempatan, penulisan, kombinasi antar unsur ataupun kesamaan dari segi bunyi ucapan dalam merek tersebut.<sup>26</sup>

Suatu merek dikategorikan memiliki persamaan pada pokoknya apabila merek itu menyerupai merek milik pihak lain atau menambahkan suatu kata atau simbol agar tidak terlihat mirip secara keseluruhan. Hal ini akan membuat

---

<sup>26</sup> Rahmi Jened, *Hukum Merek*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2015, hlm. 181.

masyarakat beranggapan bahwa merek tersebut terafiliasi atau berasal dari satu tempat produksi yang sama dengan merek yang menyerupai.<sup>27</sup>

Persamaan pada pokoknya dianggap terwujud apabila merek peniru tersebut memenuhi unsur-unsur yaitu:<sup>28</sup>

a. Persamaan Bunyi/Persamaan Secara Fonetik

Persamaan bunyi/persamaan secara fonetik artinya bunyi pada suatu kata yang memiliki persamaan. Dalam menentukan persamaan bunyi/persamaan secara fonetik suatu merek yang harus diperhatikan adalah suku kata, struktur kata, dan intonasi dalam kata. Persamaan pada pokoknya yang timbul akibat persamaan bunyi ada dalam contoh kasus antara merek Salonplas dan Senoplas Rechtbank Den Haag 8 Desember 1958. Contoh merek lain yang ditolak pendaftarannya akibat persamaan bunyi/persamaan secara fonetik dapat dilihat pada merek “ABC” dan “ABC HERBAL”. Merek “ABC” diketahui telah terdaftar atas milik orang lain untuk jenis barang yang sama yaitu produk pembersih.

b. Persamaan Arti/Persamaan Secara Konseptual

Persamaan arti/persamaan secara konseptual artinya pada pokoknya terhadap suatu merek didasarkan atas adanya kesamaan pada makna atau arti dengan merek milik pihak lain. Persamaan pada pokoknya yang timbul akibat persamaan arti ada dalam contoh Cap Mangkok Merah vs Juanlo (Juanlo dalam bahasa Korea artinya Mangkok) pada Putusan Mahkamah Agung No. 352/Sip/1975 tanggal 2 Januari 1982. Contoh merek lain yang ditolak pendaftarannya akibat persamaan arti/persamaan secara konseptual dapat dilihat pada pendaftaran merek DR Coffe yang dianggap memiliki persamaan secara visual dengan merek Doctor Coffe.

c. Persamaan Tampilan/Persamaan Secara Visual

Persamaan secara visual artinya persamaan pada pokoknya terhadap suatu merek didasarkan atas adanya kesamaan dalam unsur grafis yang

---

<sup>27</sup> Agung Indiryanto dan Irnie Mela Yusnita, *Aspek Hukum Pendaftaran Merek*, Jakarta: Rajawali Pers, 2017, hlm. 112.

<sup>28</sup> Rahmi Jened, *Op. Cit.*, hlm. 181-182.

berbentuk warna dan cara penulisan sebuah merek. Persamaan pada pokoknya yang terdapat unsur persamaan tampilan/persamaan secara visual ada dalam contoh kasus antara merek Surya untuk kopi dan merek Surya untuk rokok. Contoh merek lain yang ditolak pendaftarannya akibat persamaan tampilan/ persamaan secara visual dapat dilihat pada pendaftaran merek ITU AIRCON yang dianggap memiliki persamaan secara visual dengan merek ITU.

#### **D. Itikad Tidak Baik**

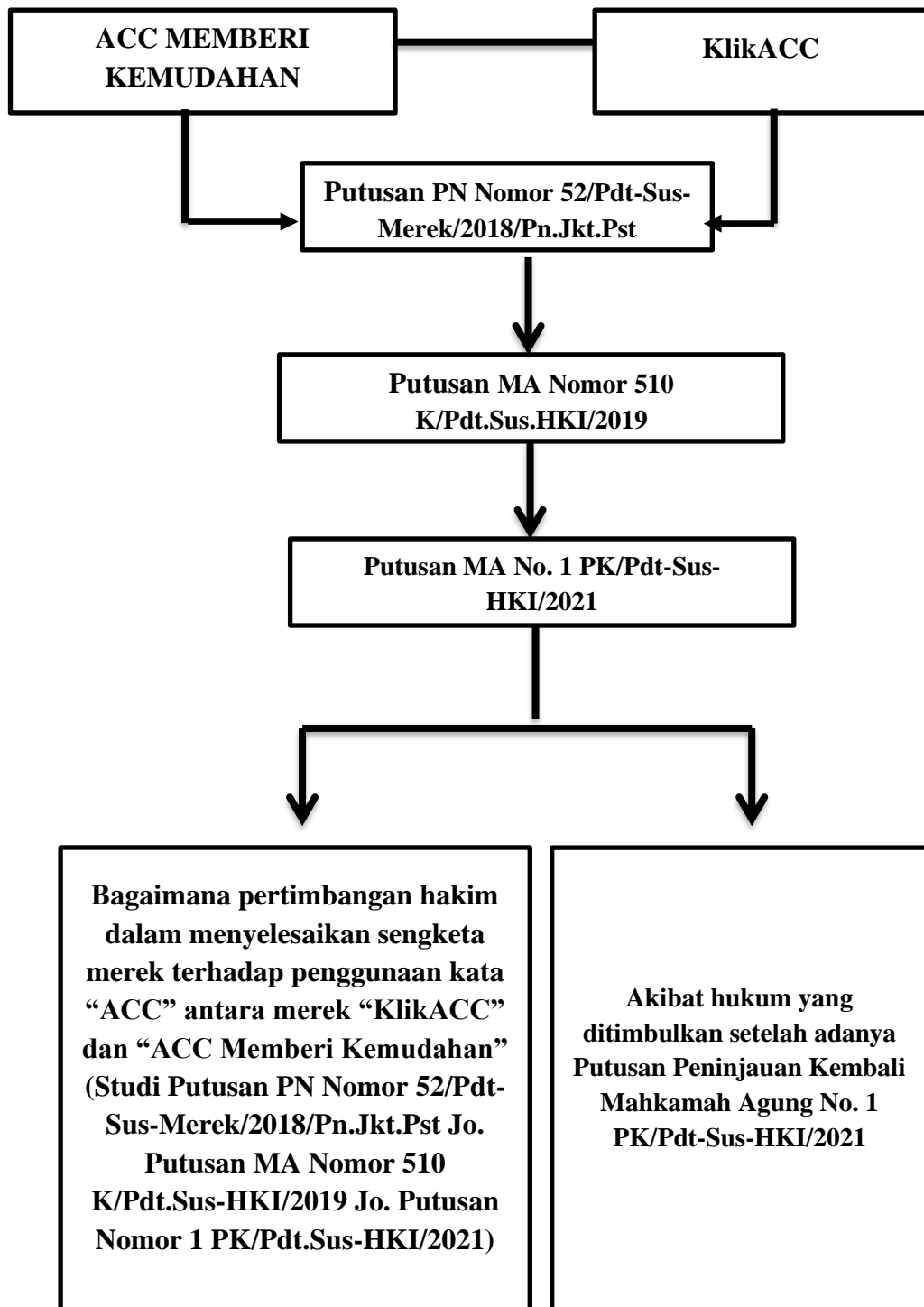
Prinsip dalam perlindungan merek di Indonesia didasarkan pada perlindungan merek terdaftar dengan itikad baik. Hal ini dipertegas didalam Pasal 21 ayat (3) UU MIG menyatakan bahwa, “Permohonan ditolak jika diajukan oleh Pemohon yang beritikad tidak baik”.

Menurut Penjelasan Pasal 21 ayat (3) UU MIG, “Pemohon yang beritikad tidak baik adalah pemohon yang patut diduga dalam melakukan pendaftaran merek mempunyai niat untuk melakukan peniruan, penjiplakan, atau mengikuti merek milik pihak demi kepentingan usahanya, sehingga menimbulkan kondisi persaingan usaha tidak sehat dan menyesatkan konsumen. Contohnya permohonan merek bentuk tulisan, logo, atau susunan warna yang sama dengan merek milik pihak lain atau merek yang telah dikenal masyarakat umum sejak bertahun-tahun, ditiru sedemikian rupa sehingga memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek yang telah dikenal tersebut”.

Berdasarkan contoh tersebut sudah terjadi itikad tidak baik dari pemohon karena setidaknya patut diketahui adanya unsur kesengajaan dalam meniru merek yang sudah dikenal tersebut. Contoh nyata pendaftaran dengan itikad tidak baik muncul dalam kasus pendaftaran merek yang mengandung “persamaan pada pokoknya” antara merek Envitex dengan merek Avitex. Dalam kasus tersebut Envitex terbukti beritikad tidak baik karena merek Envitex terbukti mendaftarkan merek yang hanya berbeda satu silabus yaitu “en” dan “a”.

Terhadap itikad tidak baik ini, pada Pasal 77 ayat (2) UU MIG mengatur bahwa: “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.

#### E. Kerangka Pikir





PT. Astra Sedaya Finance adalah pemilik bisnis pembiayaan mobil dan alat berat dengan nama “ACC” sejak tahun 1994, dan telah dilakukan pendaftaran hak cipta atas gambar dan logo susunan huruf berbunyi “ACC Memberi Kemudahan” pada tahun 1996. Lalu pada tahun 2014, PT. Astra Sedaya Finance melakukan pendaftaran merek “ACC Memberi Kemudahan” ke Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual, Direktorat Merek dan Indikasi Geografis agar mendapatkan perlindungan hukum. Merek “ACC Memberi Kemudahan” dalam dunia bisnis pembiayaan pun telah memiliki reputasi baik di masyarakat, terbukti sampai saat ini telah memiliki lebih 75 (tujuh puluh lima) kantor cabang di seluruh Indonesia.

Lalu pada tahun 2017, PT. Aman Cermat Cepat melakukan pendaftaran merek yang mengandung persamaan pada pokoknya dengan milik PT. Astra Sedaya Finance yaitu KlikACC, PT. Astra Sedaya Finance merasa keberatan dengan terdaftarnya merek “KlikACC” tersebut karena mengandung persamaan pada pokoknya dengan merek mereka, maka dari itu PT. Astra Sedaya Finance mengajukan gugatan ke Pengadilan Niaga Jakarta Pusat agar pendaftaran merek “KlikACC” ini dibatalkan pendaftarannya. Terhadap gugatan tersebut Pengadilan Niaga Jakarta Pusat tidak mengabulkan gugatan dari PT. Astra Sedaya Finance. PT. Astra Sedaya Finance keberatan dengan keputusan yang ada, maka dari itu mereka melakukan kasasi ke Mahkamah Agung. Terhadap permohonan tersebut Mahkamah Agung menolak permohonan kasasi. PT. Astra Sedaya Finance kemudian kembali melakukan upaya hukum dengan melakukan permohonan peninjauan kembali. Terhadap permohonan tersebut Mahkamah Agung mengabulkan permohonan peninjauan kembali yang diajukan pemohon.

Penelitian ini akan mengkaji dan meneliti pertimbangan hakim dalam menyelesaikan sengketa merek terhadap penggunaan kata “ACC” antara merek “KlikACC” dan “ACC Memberi Kemudahan” (Studi Putusan PN Nomor 52/Pdt-Sus-Merek/2018/Pn.Jkt.Pst Jo. Putusan MA Nomor 510 K/Pdt.Sus-HKI/2019 Jo. Putusan Nomor 1 PK/Pdt.Sus-HKI/2021). Selain itu penelitian

ini juga akan mengkaji berkaitan dengan akibat hukum setelah adanya Putusan MA No. 1 PK/Pdt-Sus-HKI/2021.

## **F. Kerangka Teoritis**

Kerangka teoritis adalah kerangka yang diperlukan dalam setiap penelitian untuk memberikan landasan teoritis bagi peneliti dalam menyelesaikan masalah dalam proses penelitian.<sup>29</sup> Kerangka teori berisikan konsepsi-konsepsi, teori-teori, pandangan-pandangan, penemuan-penemuan yang relevan dengan pokok permasalahan.

Teori yang dipakai untuk menganalisis permasalahan di dalam penelitian ini adalah teori kepastian hukum. Penggunaan teori ini berhubungan dengan fakta yang menunjukkan bahwa walaupun suatu merek telah didaftarkan ke DJKI tidak mampu untuk memberikan suatu kepastian hukum kepada pemegang hak merek.

Hukum dan kepastian adalah dua komponen yang tidak dapat dipisahkan. Untuk mewujudkan adanya kepastian maka hukum haruslah dibentuk terlebih dahulu sehingga masyarakat paham dan tahu mengenai tindakan yang boleh dilakukan dan tindakan yang tidak boleh dilakukan serta memahami konsekuensi yang ditimbulkan apabila terjadi pelanggaran hukum.

Menurut Utrecht, kepastian hukum mengandung dua pengertian; pertama, adanya aturan yang bersifat umum membuat individu mengetahui perbuatan apa yang boleh dilakukan, dan kedua berupa keamanan hukum bagi individu dari kesewenangan pemerintah karena dengan adanya aturan yang bersifat umum itu individu dapat mengetahui apa saja yang boleh dibebankan atau dilakukan oleh negara terhadap individu.<sup>30</sup> Sifat umum dari aturan-aturan

---

<sup>29</sup> Didik J. Rachbini dan Rianto Adi, *Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum*, Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2005, hlm. 29.

<sup>30</sup> Riduan Syahrani, *Rangkuman Intisari Ilmu Hukum*, Bandung: Penerbit Citra Aditya Bakti, 1999, hlm. 23.

hukum membuktikan bahwa hukum tidak bertujuan untuk mewujudkan keadilan atau kemanfaatan, melainkan semata-mata untuk kepastian hukum.

Teori hukum menurut Peter Mahmud Marzuki menjelaskan bahwa aturan hukum yang bersifat umum digunakan sebagai batasan bagi masyarakat untuk melakukan setiap tindakannya. Sudah menjadi suatu kenyataan bahwa dalam kehidupan masyarakat diperlukan aturan agar dapat melindungi kepentingan masyarakat. Akan tetapi tidak semua ketentuan di dalam undang-undang dapat mengakomodir semua kepentingan.<sup>31</sup>

Kepastian hukum pendaftaran merek yang mempunyai unsur persamaan pada pokoknya telah diatur secara jelas di dalam Pasal 21 ayat (1) UU MIG, namun sering kali dalam praktik DJKI mengabaikan dan lalai dalam menerapkan hal tersebut karena masih menerima pendaftaran merek yang diajukan oleh PT. Aman Cermat Cepat yang mempunyai unsur persamaan pada pokoknya dengan merek PT. Astra Sedaya Finance.

Tidak ada kepastian hukum bagi pemegang hak merek terdaftar apabila DJKI masih menerima permohonan pendaftaran merek yang diajukan oleh PT. Aman Cermat Cepat padahal merek tersebut telah lebih dahulu didaftarkan oleh PT. Astra Sedaya Finance. Fakta menunjukkan bahwa merek “ACC Memberi Kemudahan” telah terdaftar lebih lama atas nama PT. Astra Sedaya Finance daripada merek “KlikACC” milik PT. Aman Cermat Cepat. Namun ternyata PT. Aman Cermat Cepat juga terdaftar di DJKI yang secara jelas mengandung persamaan pada pokoknya dengan merek milik PT. Aman Cermat Cepat.

Kepastian hukum dalam sebuah undang-undang menghendaki kepastian dalam perumusan norma dan prinsip hukum yang tidak bertentangan antara satu dengan lainnya dari pasal undang-undang. Kepastian hukum juga menghendaki suatu kepastian dalam melaksanakan norma-norma atau prinsip-prinsip hukum yang telah ditentukan dalam undang-undang. Perumusan norma dan prinsip

---

<sup>31</sup> Peter Mahmud Marzuki, *Pengantar Ilmu Hukum*, Jakarta: Kencana, 2009, hlm. 35.

hukum bila sudah memiliki kepastian hukum di dalam undang-undang tetapi hanya berlaku secara yuridis saja maka kepastian hukum itu tidak akan pernah menyentuh masyarakat. Peraturan hukum yang demikian bisa disebut sebagai norma yang mati atau hanya sebagai penghias yuridis dalam kehidupan manusia.

## **G. Kerangka Konseptual**

Kerangka konseptual merupakan kerangka yang menggambarkan hubungan antara konsep-konsep khusus yang akan diteliti. Dalam penelitian ini akan digunakan beberapa istilah sebagai landasan konseptual untuk menghindari pemahaman yang berbeda, sebagai berikut :

- a. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (selanjutnya disebut KBBI), penyelesaian berasal dari kata selesai yang mempunyai arti proses, cara, perbuatan, menyelesaikan (dalam berbagai arti seperti pemberesan, pemecahan).<sup>32</sup>
- b. Menurut KBBI, sengketa adalah sesuatu yang menyebabkan perbedaan pendapat, pertengkaran, perbantahan, pertikaian, perselisihan atau perkara (dalam pengadilan).<sup>33</sup>
- c. Menurut Pasal 1 ayat (1) UU MIG menyatakan bahwa “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 dan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa”.
- d. Menurut Penjelasan Pasal 21 ayat (1) UU MIG menyatakan bahwa: “Persamaan pada pokoknya adalah kemiripan yang disebabkan oleh adanya unsur yang dominan antara merek yang satu dengan merek yang

---

<sup>32</sup> KBBI, “Penyelesaian”, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/penyelesaian>, diakses pada tanggal 18 Juli 2022, pukul 12.22 WIB.

<sup>33</sup> KBBI, “Sengketa”, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/sengketa>, diakses pada tanggal 18 Juli 2022, pukul 12.24.

- 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.”
- e. Menurut Penjelasan Pasal 21 ayat (3) menjelaskan bahwa, “Pemohon yang beritikad tidak baik adalah pemohon yang patut diduga dalam mendaftarkan mereknya memiliki niat meniru, menjiplak, atau mengikuti merek pihak lain demi kepentingan usahanya sehingga menimbulkan kondisi usaha tidak sehat, mengecoh, atau menyesatkan konsumen”.
  - f. Sengketa merek adalah persoalan yang bersumber dari adanya pelanggaran atas hak merek yang telah terdaftar sehingga pemegang hak merek mempunyai hak untuk mengembalikan atau memberikan tindakan lebih lanjut ke ranah hukum terkait dengan merek tersebut.
  - g. Pembatalan merek adalah suatu prosedur yang ditempuh oleh salah satu pihak untuk mencari dan menghilangkan eksistensi pendaftaran dari suatu merek dari Daftar Umum Merek atau membatalkan keabsahan hak berdasarkan sertifikat merek.<sup>34</sup>

---

<sup>34</sup> Rahmi Jened, Op. Cit, hlm. 291.

### **III. METODE PENELITIAN**

#### **A. JENIS PENELITIAN**

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian hukum normatif. Penelitian hukum normatif adalah proses penelitian untuk meneliti atau mengkaji tentang hukum sebagai norma, aturan, teori hukum dan kepustakaan lainnya untuk menjawab permasalahan hukum yang diteliti.<sup>35</sup> Penelitian ini dilakukan dengan cara meneliti atau mengkaji isi Putusan PN Nomor 52/Pdt-Sus-Merek/2018/Pn.Jkt.Pst Jo. Putusan MA Nomor 510 K/Pdt.Sus.HKI/2019 Jo. Putusan MA No. 1 PK/Pdt-Sus-HKI/2021, bahan-bahan pustaka dan peraturan perundang-undangan yang terkait.

#### **B. TIPE PENELITIAN**

Tipe penelitian yang digunakan di dalam penelitian ini adalah tipe penelitian deskriptif. Tipe penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang bersifat pemaparan dan mempunyai tujuan untuk mendapatkan gambaran (deskripsi) lengkap mengenai keadaan hukum yang terjadi di tempat tertentu dan pada saat tertentu dalam sebuah masyarakat. Maka dari itu, penelitian ini diharapkan akan dapat memberikan gambaran secara faktual, jelas, dan akurat tentang pertimbangan hakim dalam menyelesaikan sengketa merek terhadap penggunaan kata “ACC” antara merek “KlikACC” dan “ACC Memberi Kemudahan” (Studi Putusan PN Nomor 52/Pdt-Sus-Merek/2018/Pn.Jkt.Pst Jo. Putusan MA Nomor 510 K/Pdt.Sus-HKI/2019 Jo. Putusan Nomor 1 PK/Pdt.Sus-HKI/2021).

---

<sup>35</sup> Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum*, Mataram: Mataram University Press, 2020, hlm.

### C. PENDEKATAN MASALAH

Pendekatan masalah merupakan proses pemecahan masalah atau penyelesaian masalah melalui tahapan yang telah ditentukan sehingga tujuan dari penelitian tercapai. Pendekatan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kasus dengan tipe *judicial case study* yaitu pendekatan studi kasus hukum karena suatu konflik yang dapat diselesaikan melalui putusan pengadilan.<sup>36</sup> Pendekatan masalah dalam penelitian ini adalah mengkaji Putusan PN Nomor 52/Pdt-Sus-Merek/2018/Pn.Jkt.Pst Jo. Putusan MA Nomor 510 K/Pdt.Sus.HKI/2019 Jo. Putusan MA No. 1 PK/Pdt/Sus-HKI/2021.

### D. DATA DAN SUMBER DATA

Berkaitan dengan permasalahan dan pendekatan masalah yang digunakan maka penelitian ini menggunakan sumber data kepustakaan dengan jenis data menggunakan data sekunder. Data sekunder adalah data yang berasal dari ketentuan perundang-undangan, dokumen hukum, yurisprudensi, buku literatur hukum dan bahan hukum tertulis lainnya.

Data sekunder terdiri dari :

1. Bahan hukum primer adalah bahan hukum yang mempunyai kekuatan mengikat secara umum atau mempunyai kekuatan yang mengikat bagi para pihak yang berkepentingan. Bahan hukum primer terdiri dari:<sup>37</sup>
  - a. Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.
  - b. Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPs)
  - c. Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek.
  - d. Putusan Pengadilan Niaga Jakarta Pusat Nomor 52/Pdt-Sus-Merek/2018/Pn.Jkt.Pst.

---

<sup>36</sup> Abdulkadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2004, hlm. 52.

<sup>37</sup> I Made Pasek Diantha, *Metodologi Penelitian Hukum Normatif Dalam Justifikasi Hukum*, (Jakarta: PT. Fajar Interpretama Mandiri, 2016), hlm.143.

- e. Putusan Mahkamah Agung Republik Indonesia Nomor 510/K/Pdt.Sus.HKI/2019.
  - f. Putusan Mahkamah Agung Republik Indonesia NO 1/PK/Pdt.Sus-HKI/2021.
2. Bahan hukum sekunder adalah bahan-bahan berupa peraturan yang menjelaskan lebih lanjut bahan hukum primer berupa literatur, buku-buku yang berkaitan dengan pokok bahasan.
  3. Bahan hukum tersier adalah bahan yang memberikan penjelasan terhadap bahan hukum sekunder, contohnya kamus hukum, ensiklopedia hukum, wawancara, artikel di internet, dan bahan lainnya yang bersifat karya ilmiah berkaitan dengan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini.

## **E. METODE PENGUMPULAN DATA**

Metode pengumpulan data di dalam penelitian ini dilakukan melalui:

1. Studi Pustaka (*Library Research*)

Studi pustaka adalah mendapatkan data dari penelusuran literatur kepustakaan, peraturan perundang-undangan dan sumber lain dengan cara mengumpulkan, membaca, mempelajari, mencatat dan mengutip buku-buku, perundang-undangan, atau literatur yang berhubungan dengan pokok bahasan.

2. Studi Dokumen (*Document Research*)

Studi dokumen adalah kegiatan menelaah berbagai informasi tertulis mengenai hukum baik yang telah diterbitkan atau tidak diterbitkan secara umum tetapi boleh diketahui oleh pihak tertentu seperti pengajar hukum, peneliti hukum, praktisi hukum dalam rangka kajian hukum, pengembangan dan pembangunan hukum secara praktik hukum.<sup>38</sup> Studi dokumen yang dipakai dalam penelitian ini adalah dengan melakukan pengkajian pada Putusan PN Nomor 52/Pdt-Sus-Merek/2018/Pn.Jkt.Pst

---

<sup>38</sup> Bachtiar, *Metode Penelitian Hukum*, (Pamulang: Unpam Press, 2018), hlm. 140.



Jo. Putusan MA Nomor 510 K/Pdt.Sus.HKI/2019 Jo. Putusan MA No. 1 PK/Pdt/Sus-HKI/2021.

## F. METODE PENGOLAHAN DATA

Metode pengolahan data merupakan kegiatan pendahuluan dari analisis data. Pengolahan data ini hanya dapat dilakukan setelah data penelitian terkumpul secara lengkap dan memadai dari hasil kegiatan pengumpulan data. Metode pengolahan data terdiri atas:

1. Seleksi data adalah proses pemilihan data yang sesuai dengan bidang pembahasan agar bisa dipertanggungjawabkan dan apabila terdapat data yang kurang lengkap atau tidak benar maka dapat dilakukan perbaikan.
2. Klasifikasi data adalah pengelompokan atau pengklasifikasian terhadap data yang diseleksi ke dalam kelompok yang telah ditentukan agar dapat digunakan sesuai dengan pokok bahasan dan mempermudah analisis penyusunan.
3. Sistematisasi data yaitu melakukan penyusunan dan penempatan data pada setiap pokok bahasan secara sistematis agar mempermudah pembahasan.

## G. ANALISIS DATA

Analisis data merupakan proses lanjutan dari pengolahan data. Secara singkat analisis ini adalah kegiatan pemberian telaah yang bisa berarti menentang, mendukung, mengkritik, menambah atau memberikan komentar lalu membuat sebuah kesimpulan terhadap hasil penelitian dengan pemikiran sendiri dengan dibantu oleh teori-teori yang telah dipelajari dengan pemikiran sendiri dengan dibantu oleh teori-teori yang telah dipelajari.<sup>39</sup>

Analisis yang digunakan di dalam penelitian ini adalah metode analisis yang bersifat kualitatif yaitu dengan mengadakan pengamatan data yang telah didapat dan menghubungkan data tersebut dengan ketentuan ataupun asas hukum yang

---

<sup>39</sup> Mukti Fajar ND dan Yulianto Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), hlm. 180.

berhubungan dengan permasalahan yang diteliti. Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan melakukan pengamatan pada Putusan PN Nomor 52/Pdt-Sus-Merek/2018/Pn.Jkt.Pst Jo. Putusan MA Nomor 510 K/Pdt.Sus.HKI/2019 Jo. Putusan MA Nomor 1 PK/Pdt/Sus-HKI/2021.

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Berdasarkan dari uraian pembahasan maka penulis dapat menarik kesimpulan dari penelitian ini, sebagai berikut:

1. Dalam menyelesaikan sengketa merek terhadap penggunaan kata “ACC” antara merek “ACC Memberi Kemudahan” dan “KlikACC” terdapat perbedaan pertimbangan hakim dalam masing-masing tingkat peradilan. Pertimbangan hakim Pengadilan Niaga dalam Putusan PN Nomor 52/Pdt-Sus-Merek/2018/PN. Jkt.Pst tidak menerapkan klausul persamaan pada pokoknya karena kata “ACC” merupakan kata umum merujuk kepada Pasal 22 UU MIG dan hakim menilai tidak ada persamaan pada pokoknya dalam kedua merek tersebut, hal ini juga kembali ditegaskan dalam pertimbangan hakim kasasi dalam Putusan Mahkamah Agung Nomor 510 K/Pdt.Sus-HKI/2019. Namun, dalam kedua putusan tersebut hakim tidak memperhatikan adanya persamaan bunyi yang ditimbulkan dan tidak memperhatikan bukti yang menunjukkan bahwa merek “ACC Memberi Kemudahan” telah terdaftar lebih dulu dibandingkan merek “KlikACC”. Penulis setuju dengan pertimbangan hakim peninjauan kembali dalam Putusan Nomor 1 PK/Pdt.Sus-HKI/2021 karena telah menerapkan prinsip persamaan pada pokoknya, selain itu juga Majelis Hakim menerapkan ketentuan *first to file* dan itikad tidak baik sesuai dengan ketentuan UU MIG.
2. Akibat hukum yang ditimbulkan dari Putusan Nomor 1 PK/Pdt.Sus-HKI/2021 adalah membatalkan Putusan Mahkamah Agung Nomor 510

K/Pdt.Sus-HKI/2019 Jo. Putusan PN Nomor 52/Pdt-Sus-Merek/2018/PN. Jkt.Pst. Permohonan Peninjauan Kembali telah dikabulkan maka PT. Astra Sedaya Finance berhak atas kata “ACC” pada merek “ACC Memberi Kemudahan” dengan jenis barang jasa asuransi, jasa keuangan, dan jasa pinjam meminjam (pembiayaan). PT. Aman Cermat Cepat sebagai pihak yang kalah maka merek yang mengandung kata “ACC” pada merek “KlikACC” dicoret dari Datar Umum Merek dan merek tersebut tidak dapat dipergunakan kembali serta membayar biaya perkara pada tingkat peninjauan kembali. DJKI mencoret merek “KlikACC” dari Daftar Umum Merek kemudian diumumkan dalam Berita Resmi Merek.

## **B. Saran**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Kepada Dirjen HKI hendaknya dapat mensosialisasikan UU MIG melalui seminar atau lokakarya agar masyarakat memahami mengenai merek dan bagaimana syarat-syarat mendaftarkan suatu merek agar tidak bertentangan dengan undang-undang.
2. Dalam rangka meminimalisasi terjadinya permasalahan seperti pada sengketa *a quo*, hendaknya Dirjen HKI dapat lebih meningkatkan kinerja para tim pemeriksa dan lebih berhati-hati dalam menerima pendaftaran merek sehingga ke depannya tidak lagi terjadi pendaftaran yang mengandung persamaan pada pokoknya.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Astarini, Dwi Rezki Sri. 2009. *Penghapusan Merek Terdaftar*. Bandung: Alumni.
- Bachtiar. 2018. *Metode Penelitian Hukum*. Pamulang: Unpam Press.
- Dewi, Chandra Gita. 2019. *Penyelesaian Sengketa Pelanggaran Merek*. Sleman: DEEPUBLISH.
- Diantha, I Made Pasek. 2016. *Metodologi Penelitian Hukum Normatif Dalam Justifikasi Hukum*. Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri.
- Dharmawan, Ni Ketut Supasti. 2016. *Buku Ajar Hak Kekayaan Intelektual*. Sleman: DEEPUBLISH.
- Djumhana, Muhammad dan Djubaedillah. 2003. *Hak Milik Intelektual*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Firmansyah, Herry. 2013. *Perlindungan Terhadap Hukum Merek*. Yogyakarta: Medpress.
- Harahap, M. Yahya. 1996. *Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang Merek Nomor 19 Tahun 1992*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Hidayah, Khoirul. 2017. *Hukum Kekayaan Intelektual*. Malang: Setara Press.
- Indiryanto, Agung dan Irnie Mela Yusnita. 2017. *Aspek Hukum Pendaftaran Merek*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Jened, Rahmi. 2015. *Hukum Merek*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Laksana, I Gusti Ngurah Dharma, dkk. 2016. *Metode Penelitian dan Penulisan Hukum*. Denpasar: Universitas Udayana.
- Marzuki, Peter Mahmud. 2010. *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana Prenda Media Group.
- , 2009. *Pengantar Ilmu Hukum*. Jakarta: Kencana.

- Maulana, Budi Insan, dkk. 2000. *Kapita Selekta Hak Kekayaan Intelektual*. Yogyakarta: Pusat Studi Hukum UII.
- Mashdurohatun, Anis. 2013. *Hukum Kekayaan Intelektual*. Semarang: Madina Semarang.
- Muhaimin. 2020. *Metode Penelitian Hukum*. Mataram: Mataram University Press.
- Muhammad, Abdulkadir. 2004. *Hukum dan Penelitian Hukum*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Mujiyono, dkk. 2007. *Buku Panduan Permohonan Hak Kekayaan Intelektual (Paten)*. Yogyakarta: Sentra HKI LPPM Universitas Negeri Yogyakarta.
- ND. Mukti Fajar dan Yulianto Achmad. 2018. *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Purwaka, Tommy Hendrawan. 2021. *Perlindungan Merek*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Rachbini, Didik J. 2005. *Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Rizaldi, Julius. 2009. *Perlindungan Kemasan Produk Merek Terkenal Terhadap Persaingan Curang*. Bandung: Alumni.
- Soelistyo, Henry. 2014. *Hak Kekayaan Intelektual Konsepsi, Opini, dan Aktualisasi*. Jakarta Selatan: Penaku.
- Soeroso, R. 2005. *Praktek Hukum Acara Perdata*, Jakarta: Sinar Grafika
- Setyowati, Krisniani, dkk. 2005. *Hak Kekayaan Intelektual dan Tantangan Impelementasinya di Perguruan Tinggi*. Bogor: Kantor HKI-IPB.
- Syahrani, Riduan. 1999. *Rangkuman Intisari Ilmu Hukum*. Bandung: Penerbit Citra Aditya Bakti.
- Syarifin, Pipin. 2004. *Peraturan Hak Kekayaan Intelektual di Indonesia*. Bandung: Pustaka Bani Quraisy.
- Talib, Abd dan Muchlisin. 2018. *Hak Kekayaan Intelektual Indonesia*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.

**Jurnal**

- Yulia, Alis. 2015. Pelaksanaan Pendaftaran Merek Dalam Perdagangan Berdasarkan Pasal 7 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek, *Jurnal Ilmiah Galuh Justisi*, Vol. 3 No. 2.
- Putri, Cindy Tri dan Endang Purwaningsih. 2019. Penerapan Kriteria Persamaan Pada Pokoknya Dalam Sengketa Merek J.Casanova, *Adil: Jurnal Hukum*, Vol.10 No.2.
- Mirfa, Enny. 2016. Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terdaftar, *Jurnal Hukum Samudra Keadilan*, Volume 11 No. 1.
- Erliana. 2016. Pendaftaran Terhadap Merek Yang Bersifat Generic dan Descriptive, *Jurnal Yurisprudentie*, Vol. 3 No. 1.
- Abdurahman, Humaedi. 2020. Asas First To File Principal Dalam Kasus Hak Merek Nama Terkenal Benua, *Aktualita: Jurnal Hukum*, Vol. 3 No. 1.
- Rafianti, Laina. 2013. Perkembangan Hukum Merek di Indonesia, *Fiat Justitia: Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 7 No. 1.
- Lobo, Lionita Putri dan Indriani Wauran. 2021. Kedudukan Merek Terkenal (Asing) Dalam Hukum Merek Indonesia, *Masalah-Masalah Hukum: Jurnal Fakultas Hukum Universitas Diponegoro*, Jilid 50 No. 1.
- Sunmi, Muhammad Dayyan dan Mas Rahmad. 2020. Pembatalan Merek Terkenal Yang Berubah Menjadi Istilah Umum, *Jurnal Jurist Diction: Fakultas Hukum Unair*, Vol. 3, Nomor 2.
- Desmayanti, Rakhmita. 2018. Tinjauan Umum Perlindungan Merek Terkenal Sebagai Daya Pembeda Menurut Perspektif Hukum Di Indonesia, *Jurnal Cahaya Keadilan*, Vol. 6 No. 1.
- Rohaini. 2018. The Madrid Protocol: Mewujudkan Perlindungan Hukum Yang Efektif Bagi Merek Terkenal di ASEAN, *Jurnal Media Hukum*, Vol.25, No. 1.

Bakadam, Shafa dan RR. Aline Gratika Nugrahani. 2022. Terdaftarnya Kata Umum “Ajaib” Sebagai Merek Pada Daftar Umum Merek, *Jurnal Reformasi Hukum Trisakti*, Vol. 4 No. 2.

Sari, Siti Nurul Intan. 2015. Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal Berdasarkan Konvensi Paris dan Perjanjian TRIPs Serta Penerapannya Berdasarkan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek, *Jurnal Yuridis*, Vol. 2 No. 2.

### **Peraturan Perundang-Undangan**

TRIPs

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek.

### **Skripsi**

Septianingrum, Reni Eka. 2021. “Perlindungan Hukum Terhadap Perubahan Merek Terkenal Menjadi Merek Generik Dalam Sistem Hukum Kekayaan Intelektual”. Skripsi. Solo: Universitas Sebelas Maret.

Fitrisiah, Gema Maulidiah Naswa Annisa Fitrisiah. 2022. “Tinjauan Hukum Sengketa Merek Terdaftar Atas Kesamaan Dengan Merek Terkenal”. Skripsi. Makassar: Universitas Hasanudin.

### **Internet**

Dian Onasis. 2015. “Pentingnya Pemahaman Terhadap HAKI Sebagai Upaya Penghargaan Terhadap Karya Intelektual Manusia”, <https://www.kompasiana.com/dian.onasis/55001201813311091bfa70cc/pe-ntingnya-pemahaman-terhadap-haki-sebagai-upaya-penghargaan-terhadap-karya-intelektual-manusia>, diakses 18 Juli 2022 pukul 12.24.



Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual. 2021. “Tips Permohonan Merek Diterima”, <https://www.dgip.go.id/artikel/detail-artikel/tips-permohonan-merek-diterima>, diakses tanggal 17 Juli 2022 pukul 20.40.

Kamus Besar Bahasa Indonesia, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/acc>, diakses pada tanggal 24 Mei 2022 pukul 11.30.

-----, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/generik>, diakses pada tanggal 24 Mei 2022 pukul 09.23.

-----, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/penyelesaian>, diakses pada tanggal 18 Juli 2022 pukul 12.22.

-----, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/sengketa>, diakses pada tanggal 18 Juli 2022 pukul 12.24.

Rahmat Hidayat, 2020, “8 Pengertian Merek Menurut Para Ahli Terkenal”, <https://www.kitapunya.net/Pengertian-merek-menurut-para-ahli>”diakses pada tanggal 22 Februari 2022 pukul 20.29.

Top Brand Award, <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index>, diakses tanggal 22 Juni 2022 pukul 09.11.

## **Dokumen**

Putusan Pengadilan Niaga Nomor 52/Pdt-Sus-Merek/2018/Pn.Jkt.Pst

Putusan Mahkamah Agung Nomor 510 K/Pdt.Sus-HKI/2019

Putusan Nomor 1 PK/Pdt.Sus-HKI/2021