

**TINJAUAN YURIDIS PENOLAKAN
PERMOHONAN PENDAFTARAN MEREK “PASADENA”
(Studi Putusan Nomor 99/Pdt.Sus-HKI/Merek/2024/PN Niaga Jkt Pst)**

(Skripsi)

Oleh

**KANSA SAYIDINA MALDINI
NPM. 2212011466**



**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2026**

ABSTRAK

**TINJAUAN YURIDIS PENOLAKAN
PERMOHONAN PENDAFTARAN MEREK “PASADENA”
(Studi Putusan Nomor 99/Pdt.Sus-HKI/Merek/2024/PN Niaga Jkt Pst)**

Oleh

Kansa Sayidina Maldini

Penolakan permohonan pendaftaran merek saat ini sering terjadi akibat adanya persamaan pada pokoknya dengan merek milik pihak lain. Persamaan tersebut dapat menimbulkan dampak buruk bagi pemilik merek, seperti merusak reputasi bisnis hingga menyesatkan konsumen. Penelitian ini mengkaji perbandingan aspek-aspek merek dan penerapan kriteria persamaan pada pokoknya serta implikasi hukum dalam sengketa penolakan pendaftaran merek “PASADENA”.

Jenis penelitian ini adalah penelitian normatif dengan tipe deskriptif. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan perundang-undangan dengan sumber data yang digunakan berupa data sekunder, meliputi bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Data dikumpulkan melalui studi kepustakaan dan studi dokumen. Pengolahan data dilakukan dengan cara pemeriksaan data, penandaan data, dan penyusunan data, kemudian dianalisis secara kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, perbandingan merek dari aspek visual, konseptual, penulisan, maupun fonetik, terdapat perbedaan yang signifikan, sehingga kriteria persamaan pokok tidak dapat diterapkan. Diperkuat dengan fakta bahwa “PASADENA” merupakan kata umum dan Penggugat beritikad baik, Majelis Hakim dalam Putusan Nomor 99/Pdt.Sus-HKI/Merek/2024/PN Niaga Jkt Pst. akhirnya mengabulkan gugatan dan membantalkan penolakan permohonan pendaftaran merek Penggugat. Implikasi hukum dari putusan ini menegaskan bahwa perlindungan merek didasarkan pada daya pembeda yang signifikan serta prinsip koeksistensi merek, bukan hanya kesamaan pada unsur kata umum.

Kata Kunci: Penolakan, Permohonan Pendaftaran Merek, Persamaan Pada Pokoknya

ABSTRACT

***LEGAL REVIEW OF REJECTION APPLICATION
REGISTRATION OF THE TRADEMARK "PASADENA"***

(Study of the Verdict Number 99/Pdt.Sus-HKI/Merek/2024/PN Niaga Jkt Pst)

By

Kansa Sayidina Maldini

Rejection of trademark registration applications is currently common due to substantial similarity to other parties' trademarks. This similarity can have negative consequences for the trademark owner, such as damaging the business's reputation and misleading consumers. This study examines the comparative aspects of trademarks, the application of the criteria for substantial similarity, and the legal implications in disputes over the rejection of the registration of the "PASADENA" trademark.

This research is normative and descriptive. The approach used is a statute approach, with secondary data sources, including primary, secondary, and tertiary legal materials. Data were collected through literature and document studies. Data processing was carried out through data examination, data tagging, and data organization, followed by qualitative analysis.

The results of the study indicate that, when comparing the brands from a visual, conceptual, writing, and phonetic perspective, there are significant differences, so that the basic similarity criterion cannot be applied. This is reinforced by the fact that "PASADENA" is a common word and the Plaintiff acted in good faith. The Panel of Judges in Verdict Number 99/Pdt.Sus-HKI/Merek/2024/PN Niaga Jkt Pst. finally granted the lawsuit and overturned the rejection of the Plaintiff's trademark registration application. The legal implications of this decision confirm that trademark protection is based on significant distinguishing power and the principle of trademark coexistence, not merely similarities in common word elements.

Keywords: ***Rejection, Trademark Registration Application, Similarity in Essential***

**TINJAUAN YURIDIS PENOLAKAN
PERMOHONAN PENDAFTARAN MEREK “PASADENA”
(Studi Putusan Nomor 99/Pdt.Sus-HKI/Merek/2024/PN Niaga Jkt Pst)**

Oleh

KANSA SAYIDINA MALDINI

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
Sarjana Hukum**

Pada

**Bagian Hukum Kependidikan
Fakultas Hukum Universitas Lampung**



**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2026**

Judul Skripsi

: TINJAUAN YURIDIS PENOLAKAN
PERMOHONAN PENDAFTARAN MEREK
“PASADENA” (Studi Putusan Nomor
99/Pdt.Sus-HKI/Merek/2024/PN Niaga Jkt
Pst)

Nama Mahasiswa : *Kansa Sayidina Ma'dini*

No. Pokok Mahasiswa : **2212011466**

Bagian : **Hukum Keperdataan**

Fakultas : **Hukum**



[Signature]
Dr. Kasmawati, S.H., M.Hum.
NIP 197607052009122001

[Signature]
Siti Nurbasanah, S.H., M.H.
NIP 197102111998022001

2. Ketua Bagian Hukum Keperdataan

[Signature]
Dr. Ahmad Zazili, S.H., M.H.
NIP. 197404132005011001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua

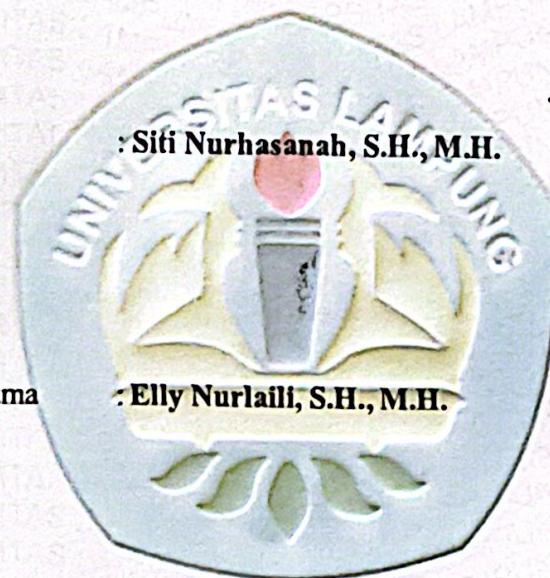
: Dr. Kasmawati, S.H., M.Hum.

Sekretaris

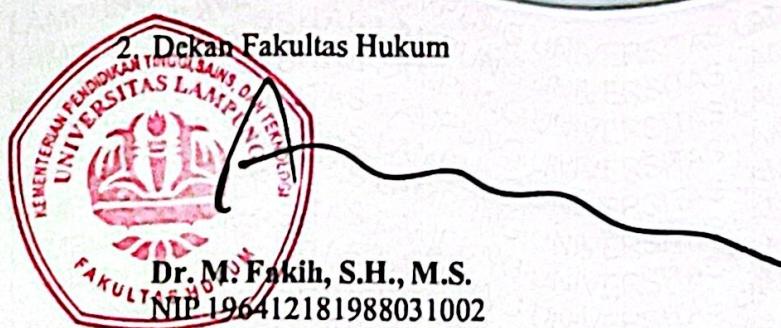
: Siti Nurhasanah, S.H., M.H.

Penguji Utama

: Elly Nurlaili, S.H., M.H.



2. Dekan Fakultas Hukum



Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 23 Januari 2026

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Kansa Sayidina Maldini
NPM : 2212011466
Bagian : Hukum Keperdataan
Fakultas : Hukum

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “**Tinjauan Yuridis Penolakan Permohonan Merek “PASADENA” (Studi Putusan Nomor 99/Pdt.Sus-HKI/Merek/2024/PN Niaga Jkt Pst)**” adalah benar-benar hasil karya sendiri dan bukan hasil plagiat atau jiplakan sebagaimana telah diatur dalam Pasal 18 Peraturan Rektor Universitas Lampung Nomor 12 Tahun 2025 tentang Peraturan Akademik.

Bandar Lampung, 23 Januari 2026



Kansa Sayidina Maldini
NPM 2212011466

RIWAYAT HIDUP



Nama lengkap penulis adalah Kansa Sayidina Maldini, biasa di panggil Kansa, penulis dilahirkan di Menggala, Tulang Bawang pada tanggal 26 Oktober 2004 dan berdomisili di Kota Bandar Lampung. Penulis merupakan anak pertama dari bapak Muhammad Solekhudin dan ibu Herawati.

Penulis mengawali pendidikan di Taman Kanak- Kanak (TK) Pelangi di Kota Bandar Lampung pada tahun 2009, penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Dasar di SD Darma Bangsa, Kota Bandar Lampung pada tahun 2010, lalu melanjutkan ke tahap Sekolah Menengah Pertama di SMP Darma Bangsa Kota Bandar Lampung dan tamat pada tahun 2019, kemudian melanjutkan ke Sekolah Menengah Atas di SMA Darma Bangsa Kota Bandar Lampung hingga tahun 2022. Selama masa sekolah, penulis juga berpartisipasi dalam ajang Muli Mekhanai Kabupaten Tulang Bawang pada tahun 2021.

Penulis terdaftar sebagai Mahasiswi Fakultas Hukum melalui jalur UTBK SBMPTN pada tahun 2022. Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata pada tahun 2025 selama 31 hari di Desa Sendang Agung, Kecamatan Sendang Agung, Kabupaten Lampung Tengah.

MOTTO

“Hidup itu seperti mengendarai sepeda. Untuk menjaga keseimbangan,
kamu harus terus bergerak”

(Albert Einstein)

*“Keep on going with your silly dream,
Life is prettier than it may seem”*

(Laufey)

“Seperti lukisan yang penuh warna,
hidup pun merindu sentuhan kreatif untuk merajut kisah yang bermakna dan
memikat jiwa”

(Kansa Sayidina Maldini)

PERSEMPAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT atas limpahan karunia, rahmat, dan petunjuk-Nya yang telah menganugerahkan kekuatan, kesehatan, serta kesempatan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Shalawat serta salam semoga tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, yang selalu kita harapkan syafaatnya di hari akhir. Dengan penuh kerendahan hati, penulis persembahkan karya ilmiah ini kepada:

Kedua orang tua tercinta, Ayah dan Ibuku, yang tak pernah lelah membesarakan dan membimbingku dengan penuh kasih sayang. Juga untuk adikku, Kensi, yang selalu menjadi sumber semangat dan kebahagiaanku. Terima kasih atas cinta tulus, doa yang tanpa henti, harapan yang selalu membara, serta dukungan yang kalian berikan dengan sepenuh hati. Semoga setiap pencapaian yang kutorehkan bisa menjadi kebanggaan bagi Ayah, Ibu, dan Kensi, sebagai ungkapan kecil dari rasa terima kasihku yang tak terhingga.

SANWACANA

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan rahmat, petunjuk, dan karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi berjudul **“Tinjauan Yuridis Penolakan Permohonan Pendaftaran Merek “PASADENA” (Studi Putusan Nomor 99/Pdt.Sus-HKI/Merek/2024/PN Niaga Jkt Pst.”**

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Hukum di Fakultas Hukum Universitas Lampung. Dalam proses penulisan ini, penulis tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan masukan yang berharga dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. M. Fakih, S.H., M.S. selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Lampung.
2. Bapak Dr. Ahmad Zazili, S.H., M.H. selaku Ketua Bagian Hukum Perdata Fakultas Hukum Universitas Lampung.
3. Bapak Moh. Wendy Trijaya, S.H., M.Hum. selaku Sekretaris Bagian Hukum Perdata Fakultas Hukum Universitas Lampung
4. Ibu Dr. Kasmawati, S.H., M.Hum. selaku Dosen Pembimbing I, Penulis mengucapkan rasa terima kasih yang tulus kepada Ibu atas waktu yang telah Ibu luangkan, kesabaran yang tiada hentinya, serta kesediaan Ibu memberikan semangat, motivasi, pemikiran, arahan, masukan, kritik, saran, nasihat, dan bimbingan. Dukungan Ibu sangat berarti sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik.
5. Ibu Siti Nurhasanah, S.H., M.H. sebagai Dosen Pembimbing 2, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu atas waktu dan

perhatian yang telah Ibu berikan dengan penuh kesabaran. Kebesaran hati dan ketersediaan Ibu dalam memberikan pemikiran, arahan, masukan, kritik, saran, serta bimbingan yang berharga menjadi sumber kekuatan bagi penulis hingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik.

6. Ibu Elly Nurlaili, S.H., M.H., sebagai Dosen Pembahas I, dengan penuh perhatian telah memberikan nasihat, masukan, kritik, dan saran yang sangat berharga dan membangun, sehingga menjadi Cahaya penyemangat bagi penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
7. Ibu Nenny Dwi Ariani, S.H., M.H., sebagai Dosen Pembahas II, dengan penuh kelembutan dan kebijaksanaan telah memberikan nasihat, masukan, kritik, dan saran yang sangat berharga dan membangun, yang menjadi sumber inspirasi dan kekuatan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Ibu Siti Azizah, S.H., M.H., selaku Pembimbing Akademik yang dengan penuh perhatian dan kesungguhan telah membimbing serta memberikan arahan berharga kepada penulis selama menjalani masa perkuliahan di Fakultas Hukum Universitas Lampung.
9. Kepada seluruh dosen, staf, dan karyawan Fakultas Hukum Universitas Lampung, khususnya para dosen Bagian Hukum Perdata. Dengan penuh pengabdian dan dedikasi, mereka telah dengan tulus memberikan ilmu serta dukungan, baik secara teknis maupun administratif, yang sangat berarti bagi penulis selama proses menempuh pendidikan di Fakultas Hukum Universitas Lampung.
10. Almamater tercinta, Universitas Lampung.
11. Untuk kedua orang tuaku tercinta dan seluruh keluarga besar yang selalu setia menyelimuti perjalanan hidup penulis dengan doa penuh kasih dan dukungan tiada henti, sehingga penulis mampu melewati masa studi ini hingga tuntas dengan penuh harapan dan kekuatan.
12. Saudara kandung penulis, Kensi Chandra Jelita yang merupakan adik penulis yang cantik, baik hati, cerdas, dan selalu menggemaskan. Penulis ingin mengucapkan terima kasih dari lubuk hati yang paling dalam dan merasa sangat bersyukur memiliki adik seperti Cici. Terima kasih telah hadir di dunia ini dan menjadi sahabat sekaligus menjadi motivasi penulis tidak hanya

untuk menyelesaikan skripsi ini, tetapi juga untuk menjadi sosok kakak yang baik dan layak untuk dijadikan panutan. Terima kasih sudah selalu berada di samping kakak.

13. Sahabat terbaik penulis, Gusjiyanti Aries Tiano, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya karena selalu ada dan dengan sabar bersedia direpotkan, khususnya di saat penulis menghadapi kesulitan. Terima kasih atas seluruh suka dan duka yang telah kita bagi sejak awal perkuliahan. Terima kasih sudah menjadi sahabat penulis yang sabar dan mengerti dengan sifat penulis yang kadang menyebalkan. Kehadiranmu memberikan banyak sekali pengalaman yang menyenangkan bagi penulis.
14. Sahabat-sahabat penulis selama masa kuliah, Metri, Dini, Reza, Fatih, Syakira, Tata, Beatrix, Sabrina, Chantika, Syahla, Imam, Kayla, dan sahabat lainnya yang tak bisa penulis sebutkan satu per satu, penulis mengucapkan terima kasih yang tulus atas segalanya. Terima kasih atas setiap pengalaman berharga yang kita bagi, terima kasih telah menjadi teman sejati penulis. Kehadiran kalian membawa warna yang begitu indah dan berkesan dalam perjalanan hidup penulis. Semoga ikatan persahabatan kita tidak berhenti hanya karena perkuliahan telah usai, melainkan terus terjalin erat hingga waktu yang tak terhingga.
15. Sahabat-sahabat tercinta di UKMBS, Detha, Intan, Putri, Rizky, dan semua sahabat lainnya yang tak dapat penulis sebutkan satu per satu, penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih yang tulus atas pengalaman indah yang telah kita ciptakan bersama. Terima kasih atas dukungan dan semangat yang saling kita berikan, sehingga kita bisa bersinar dengan luar biasa di atas panggung pertunjukan teater.
16. Sahabat-sahabat KKN UNILA 2025 di Desa Sendang Agung, Kecamatan Sendang Agung, Kabupaten Lampung Tengah, Duwi, Fitri, Raffid, Nata, Syanti, dan Gusti. Terima kasih atas kebersamaan yang indah selama 31 hari, semoga kesuksesan selalu menyertai langkah kita.
17. Sahabat masa kecil penulis, Shafira Kirana Azzahra, penulis mengucapkan terima kasih yang tulus atas segala pengalaman dan kebersamaan yang telah kita jalani. Terima kasih sudah membuktikan bahwa persahabatan selama 15

tahun itu benar-benar ada dan berarti. Penulis berharap kita bisa melangkah bersama menulis kisah indah tentang persahabatan kita.

18. Sahabat yang tak pernah lelah menemani penulis, Fikri Aminudin Tabrizy. Penulis mengucapkan terima kasih yang mendalam atas kebersamaan yang tulus, kehadiran yang selalu menguatkan, serta semangat luar biasa yang senantiasa mendorong langkah dan harapan penulis.
19. Diri saya sendiri, Kansa Sayidina Maldini. Saya sangat bangga atas segala perjuangan yang telah saya lalui hingga sampai di titik ini. Saya bangga karena telah berani membuka diri untuk belajar hal-hal baru, menerima kegagalan sebagai pelajaran berharga, dan terus melangkah maju tanpa menyerah. Betapa hangat dan penuh haru rasanya mengetahui bahwa saya mampu bertahan dan berkembang sampai saat ini, menjadikan setiap usaha dan perjuangan berarti dalam perjalanan hidupku. *Keep pushing forward and never stop striving to reach all your extraordinary dreams. You have full faith in your own strength and ability to turn them into reality.*

Bandar Lampung, 23 Januari 2026

**Kansa Sayidina Maldini
NPM 2212011466**

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
COVER DALAM	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
LEMBAR PERNYATAAN	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
SANWACANA	x
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Ruang Lingkup.....	7
1.4. Tujuan Penelitian	7
1.5. Manfaat Penelitian	8
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Konsep Dasar Hak Kekayaan Intelektual (HKI).....	9
2.1.1. Pengertian Hak Kekayaan Intelektual.....	9
2.1.2. Ruang Lingkup HKI	12
2.1.3. Manfaat memiliki perlindungan Hak Kekayaan Intelektual	14
2.2. Konsep Umum Tentang Merek.....	16
2.2.1. Pengertian Merek	16
2.2.2. Fungsi Merek	17
2.2.3. Dasar Hukum Perlindungan Merek	20
2.2.4. Jenis-Jenis Merek.....	21
2.3. Pendaftaran Merek	23
2.3.1. Tata Cara Permohonan Pendaftaran Merek	24
2.3.2. Prosedur Pendaftaran Merek.....	25

2.4. Pentingnya Pendaftaran Merek	28
2.5. Teori Unsur Persamaan dalam Merek.....	30
2.6. Asas Itikad Baik	33
2.7. Kerangka Pikir	36
III. METODE PENELITIAN	38
3.1. Jenis Penelitian.....	38
3.2. Tipe Penelitian	38
3.3. Pendekatan Masalah.....	39
3.4. Data dan Sumber.....	39
3.5. Metode Pengumpulan Data.....	40
3.6. Metode Pengolahan Data	41
3.7. Analisis Data.....	42
IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1. Perbandingan Aspek-Aspek Merek yang Disengketakan dalam Sengketa Merek “PASADENA”.....	43
4.1.1. Merek yang bersengketa dalam sengketa Penolakan Permohonan Pendaftaran Merek “PASADENA”	43
4.1.2. Perbandingan aspek-aspek merek yang disengketakan	46
4.2. Penerapan kriteria persamaan pada pokoknya dan implikasi hukum pada sengketa penolakan pendaftaran merek “PASADENA” dalam putusan Nomor 99/Pdt.Sus-HKI/Merek/2024/PN Niaga Jkt Pst.	54
4.2.1. Penerapan kriteria persamaan pada pokoknya dalam putusan Nomor 99/Pdt.Sus-HKI/Merek/2024/PN Niaga Jkt Pst.	54
4.2.2. Implikasi Hukum pada sengketa merek “PASADENA” dalam putusan Nomor 99/Pdt.Sus-HKI/Merek/2024/PN Niaga Jkt Pst... .	58
V. PENUTUP	66
5.1. Kesimpulan	66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Deskripsi Merek yang Bersengketa	45
Tabel 1. 2 Perbandingan Aspek Visual Kedua Merek	47
Tabel 1. 3 Perbandingan Aspek Konseptual Kedua Merek	49
Tabel 1. 4 Perbandingan Aspek Penulisan Kedua Merek	51
Tabel 1. 5 Perbandingan Aspek Ucapan (Fonetik) Kedua Merek	52
Tabel 1. 6 Merek Milik Penggugat pada Kelas 37 dan 41	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Foto Diri	vii
Gambar 2 Kerangka Pikir.....	36

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perlindungan hak kekayaan intelektual sangat penting untuk menjaga kepemilikan dan nilai ekonomi suatu karya atau merek dagang, terutama di tengah ketatnya persaingan bisnis saat ini. Hak kekayaan intelektual memiliki karakter yang lebih abstrak dibandingkan dengan hak milik bergerak seperti tanah, kendaraan, atau benda berwujud lainnya. Hak ini melindungi hasil karya intelektual manusia yang lahir dari proses kreatif dan kemampuan berpikir. David I Bainbridge menjelaskan bahwa hak kekayaan intelektual adalah hak atas kekayaan yang berasal dari ciptaan manusia, berupa karya-karya yang bermanfaat dan mendukung kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, hak kekayaan intelektual menjadi dasar perlindungan bagi berbagai karya intelektual yang turut berkontribusi pada perkembangan dan kesejahteraan masyarakat.¹

Hak Kekayaan Intelektual merupakan hak yang memberikan perlindungan secara hukum kepada para pencipta dan penemu atas karya-karya inovatif dan kreatif yang mereka hasilkan. Di Indonesia, HKI diatur dalam berbagai undang-undang, seperti yang mencakup paten, hak cipta, merek, desain industri, rahasia dagang, hingga indikasi geografis. Setiap jenis HKI memiliki karakteristik dan perlindungan tersendiri, yang bertujuan agar pemegang hak tidak hanya mendapatkan pengakuan yang layak atas karyanya, tetapi juga manfaat finansial dari hasil kreativitas tersebut. Pemerintah telah menetapkan sejumlah peraturan penting, antara lain Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2016 tentang Paten, dan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Semua aturan ini

¹Dahrus Siregar, *Buku Ajar Hak Kekayaan* (Padang Sidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional, 2022), hlm. 1.

dirancang untuk melindungi pemilik HAKI, mendorong iklim yang kondusif bagi inovasi, serta meningkatkan daya saing industri nasional.²

Sejalan dengan pentingnya perlindungan yang dimaksud, salah satu bentuk hak kekayaan intelektual yang sangat berperan dalam dunia perdagangan adalah merek. Berkenaan dengan perdagangan saat ini, merek memainkan peran penting sebagai identitas yang membedakan suatu produk atau jasa dari produk sejenis lainnya. Hal ini memudahkan konsumen untuk mengenali dan memilih produk berdasarkan merek yang sudah dikenal. Selain itu, merek juga sangat berperan dalam dunia pemasaran dan iklan, karena merek membantu menjaga reputasi, citra, dan kualitas produk atau jasa di mata konsumen.³

Merek memegang peranan krusial dalam membangun branding bisnis yang kuat dan berkelanjutan di Indonesia. Melalui perlindungan hukum terhadap merek dagang, bisnis dapat menjaga identitas uniknya serta mencegah pihak lain meniru atau mengambil keuntungan dari karya yang telah mereka ciptakan. Dengan persaingan yang semakin ketat di dunia digital, perusahaan yang memiliki perlindungan merek yang baik akan memiliki keunggulan kompetitif yang lebih besar. Keberadaan merek menjadi esensial karena fungsinya sebagai identitas pembeda dalam kegiatan perdagangan.⁴

Merek adalah elemen penting dalam keberlangsungan sebuah bisnis, karena melalui merek, suatu produk dapat dikenal oleh masyarakat luas. Berdasarkan Pasal 1 Angka 1 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, “Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur yang dimaksud untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.” yang dihasilkan oleh individu atau

²David Edyson, dkk, “Perlindungan Hukum Mengenai Hak Atas Kekayaan Intelektual”, *Jurnal Kewarganegaraan*, Vol. 8 No. 1 Juni 2024, hlm. 930-931.

³Dahrис Siregar, *Op.Cit.* hlm. 12.

⁴Digilaw, *Tantangan dan Peluang Hak Kekayaan Intelektual dalam Teknologi*. Diakses 8 Maret 2025.

badan hukum dalam kegiatan perdagangan. Sebagai tanda pembeda, merek harus memiliki karakteristik yang unik dan tidak boleh menimbulkan kebingungan dengan merek lain.

Sesuai dengan peran merek sebagai identitas yang membedakan, merek yang dimiliki oleh seseorang seharusnya tidak boleh identik dengan merek milik orang lain. Kesamaan ini tidak hanya mencakup keseluruhan merek, tetapi juga mencakup kesamaan prinsip yang menunjukkan bahwa merek itu secara keseluruhan ditiru. Persamaan yang dimaksud adalah kemiripan yang muncul dari elemen-elemen mencolok antara dua merek, yang dapat menciptakan kesan adanya kesamaan dalam hal bentuk, penempatan, penulisan, atau kombinasi unsur-unsur, serta kesamaan dalam bunyi yang diucapkan. Oleh karena itu, diperlukan adanya mekanisme untuk mencegah pendaftaran merek yang berpotensi menimbulkan kebingungan di kalangan konsumen.⁵

Salah satu bentuk kesamaan dalam merek yaitu persamaan pada pokoknya yang merujuk pada adanya kemiripan elemen utama antara satu merek dan merek lainnya yang dimiliki oleh pemilik yang berbeda. Hal ini dapat menciptakan kesan bahwa ada kesamaan dalam hal bentuk, penempatan, penulisan, atau kombinasi unsur, serta kesamaan dalam cara pengucapan. Kesan ini dapat menyesatkan masyarakat, membuat mereka berasumsi bahwa kedua merek itu memiliki keterkaitan dan berasal dari sumber yang sama. Penambahan unsur lain pada elemen dominan tidak mengubah kesan itu; meskipun ada perubahan, merek itu tetap dapat membingungkan konsumen. Aspek-aspek yang perlu diperhatikan dalam menentukan kesamaan substansial meliputi kesamaan dalam aspek visual, fonetik, dan konseptual. Mengingat pentingnya merek bagi bisnis, perlindungan hukum melalui pendaftaran menjadi sangat krusial.⁶

Keberadaan "nama" dalam sebuah merek sangatlah penting, namun hal ini juga dapat menimbulkan potensi sengketa merek atau kemiripan dengan merek lain.

⁵La Radi Eno, dkk, "Pembatalan Merek Terkait Adanya Persamaan Pada Pokoknya dengan Merek Terkenal (Studi Putusan Nomor 43/Pdt.Sus-MEREK/2019/PN.Niaga.Jkt.Pst). *IUS FACTI: Jurnal Berkala Fakultas Hukum*, Vol. 2, No. 2, Desember 2023, hlm. 6.

⁶Direktorat Merek dan Indikasi Geografis. "Dasar Penolakan Relatif." *Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual, Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia*. Diakses 9 Maret 2025.

Pendaftaran merek menjadi langkah yang sangat diperlukan untuk melindungi kepentingan bisnis. Penting bagi pemilik bisnis untuk mendaftarkan merek mereka secara resmi. Pendaftaran merek memberikan hak eksklusif atas penggunaan merek dan melindungi bisnis dari pihak-pihak yang mencoba memanfaatkan popularitas merek dengan menggunakan merek yang mirip. Pemilik merek yang terdaftar memiliki dasar hukum yang kuat untuk melindungi merek mereka dari pelanggaran. Tindakan pendaftaran merek ini memberikan berbagai manfaat bagi pemilik bisnis.⁷

Pendaftaran merek bertujuan untuk memberikan kepastian dan perlindungan hukum atas hak kepemilikan merek. Melalui proses pendaftaran, pemohon dianggap sebagai pemilik merek pertama, kecuali ada bukti sebaliknya. Merek berfungsi sebagai tanda pengenal yang membedakan produk atau jasa satu pihak dengan pihak lain. Selain melindungi merek dari penyalahgunaan yang dapat merugikan pemiliknya, pendaftaran juga berperan dalam menjaga reputasi bisnis dan memperkuat karakter produk di pasar. Dengan pendaftaran resmi, pemilik merek memperoleh hak eksklusif untuk menggunakan merek itu dalam kegiatan komersial. Namun, proses ini harus dilakukan dengan itikad baik, tanpa niat untuk meniru atau merugikan pihak lain.⁸

Itikad baik menjadi landasan penting dalam pendaftaran merek. Pendaftar wajib bersikap jujur dan tidak memiliki niat buruk, seperti menumpang popularitas merek lain, meniru, atau menjiplak. Tindakan seperti ini bisa merugikan pihak lain, menciptakan persaingan yang tidak sehat, dan menyesatkan konsumen.⁹ Kenyataanya ada pendaftar merek yang diuntungkan karena menerapkan atas itikad baik saat ingin mendaftarkan mereknya seperti yang dialami oleh PT Kemilau Karya Utama dengan Komisi Banding Merek.

Sengketa pendaftaran merek antara PT Kemilau Karya Utama dengan Komisi Banding Merek bermula ketika Komisi Banding Merek menolak permohonan

⁷Farly Lumopa, dkk, Itikad Baik Dalam Pendaftaran Merek Terkenal di Indonesia, *Jurnal Yuridis*, Vol. 5, No. 2, Desember 2018, hlm. 280.

⁸Rouf Fajrin Widiantoro, "Pendaftaran Merek Sebagai Sarana Perlindungan Hukum," *Jurnal Lex Renaissance*, Vol. 7 No. 2, April 2022, hlm. 419-420

⁹Farly Lumopa, dkk, *Op. Cit.* hlm. 280.

pendaftaran merek "PASADENA" milik PT Kemilau Karya Utama. Penolakan yang dimaksud didasarkan pada Pasal 21 ayat (1) huruf (a) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang menyatakan bahwa suatu merek tidak dapat didaftarkan apabila memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek yang telah terdaftar lebih dahulu oleh pihak lain. Menanggapi keputusan itu, PT Kemilau Karya Utama mengajukan gugatan ke Pengadilan Negeri Jakarta Pusat karena merasa keberatan atas putusan Komisi Banding Merek.

PT Kemilau Karya Utama berpendapat bahwa permohonan pendaftaran merek "PASADENA" diajukan dengan itikad baik, tanpa niatan untuk meniru atau menjiplak merek pihak lain. Mereka menegaskan bahwa penggunaan kata "PASADENA" tidak dimaksudkan untuk merugikan pihak lain atau menyesatkan konsumen, melainkan semata-mata sebagai bagian dari strategi bisnis mereka. Kata "PASADENA" sendiri merupakan istilah umum yang merujuk pada nama sebuah kota di California, Amerika Serikat, yang telah banyak digunakan oleh berbagai pihak sebagai bagian dari nama merek dagang atau jasa.

Selain itu, PT Kemilau Karya Utama menyatakan bahwa merek jasa mereka memiliki perbedaan signifikan dibandingkan dengan merek pihak penolak. Perbedaan ini mencakup aspek visual, konsep, penulisan, serta jenis jasa yang didaftarkan. Mereka berargumen bahwa kesamaan antara kedua merek hanya terletak pada penggunaan kata "PASADENA," sementara elemen lainnya menunjukkan perbedaan yang jelas. Oleh karena itu, mereka meminta agar evaluasi terhadap merek dilakukan secara menyeluruh, mencakup visual, karakteristik, dan perlindungan jasa.

Dilatarbelakangi dari penilaian Pengadilan Negeri Jakarta Pusat yang membatalkan putusan Komisi Banding Merek yang menolak pendaftaran "PASADENA." Pengadilan juga memerintahkan Direktorat Merek dan Indikasi Geografis untuk menerbitkan sertifikat pendaftaran merek jasa pada kelas 35 atas nama PT Kemilau Karya Utama. Keputusan ini memberikan hak kepada Penggugat untuk mencatatkan mereknya dalam Daftar Umum Direktorat Merek dan Indikasi Geografis.

Sengketa ini menjadi menarik karena melibatkan interpretasi dan penerapan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, khususnya terkait dengan kriteria persamaan merek. Penelitian ini akan menggali bagaimana Undang-Undang Merek diterapkan dalam praktik, serta mengidentifikasi potensi ambiguitas atau celah hukum yang mungkin muncul dalam proses pendaftaran merek.

Penelitian ini akan memfokuskan pada tinjauan mengenai persamaan pada pokoknya dalam kasus sengketa merek. Persamaan pada pokoknya merupakan aspek utama yang sering dijadikan dasar oleh pengadilan untuk menentukan ada atau tidaknya pelanggaran hak merek, terutama jika kemiripan antara dua merek berpotensi menimbulkan kebingungan di masyarakat. Penilaian ini mencakup perbandingan unsur visual, konsep, penulisan, serta jenis barang atau jasa yang didaftarkan. Selain itu, asas itikad baik tetap menjadi pertimbangan penting untuk memastikan bahwa pendaftaran merek dilakukan secara jujur dan tidak bertujuan untuk meniru atau memanfaatkan ketenaran pihak lain. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai dinamika dan implikasi hukum dalam proses pendaftaran serta perlindungan merek di Indonesia.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk mengangkat topik ini sebagai bahan penelitian skripsi dengan judul **“Tinjauan Yuridis Penolakan Permohonan Pendaftaran Merek “PASADENA” (Studi Putusan Nomor 99/Pdt.Sus-HKI/Merek/2024/PN Niaga Jkt Pst)”**. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara hukum pembatalan putusan Komisi Banding Merek dalam kasus terkait.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas maka yang menjadi rumusan masalah adalah :

1. Bagaimana perbandingan aspek-aspek merek yang disengketakan dalam sengketa merek “PASADENA”?
2. Bagaimana penerapan kriteria persamaan pada pokoknya dan implikasi hukum dalam sengketa penolakan permohonan pendaftaran merek “PASADENA” dalam putusan Nomor 99/Pdt.Sus-HKI/Merek/2024/PN Niaga Jkt Pst?

1.3. Ruang Lingkup

Penelitian ini mencakup dua ruang lingkup, yaitu ruang lingkup pembahasan dan ruang lingkup bidang ilmu. Ruang lingkup pembahasan berfokus pada Hukum Kekayaan Intelektual khususnya mengenai merek yang permohonan pendaftarannya ditolak karena terdapat persamaan pada pokoknya. Sedangkan ruang lingkup bidang ilmu yang digunakan adalah Hukum Keperdataan.

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis perbandingan aspek-aspek merek yang disengketakan dalam sengketa merek “PASADENA”.
2. Menganalisis bagaimana penerapan kriteria persamaan pada pokoknya dan implikasi hukum dalam sengketa penolakan permohonan pendaftaran merek “PASADENA” dalam putusan Nomor 99/Pdt.Sus-HKI/Merek/2024/PN Niaga Jkt Pst.

1.5. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini bermanfaat untuk memperdalam pemahaman tentang penerapan kriteria persamaan pada pokoknya dalam hukum merek di Indonesia berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016. Dengan mengkaji unsur visual, fonetik, konseptual, dan jenis jasa dalam sengketa merek “PASADENA,” penelitian ini membantu menjelaskan bagaimana unsur-unsur di atas dianalisis dalam menentukan kemiripan merek yang dapat menimbulkan kebingungan. Penelitian ini juga memperluas pemahaman akademik dan menambah pengetahuan di bidang hukum perdata.

2. Secara Praktis

- a. Menambahkan wawasan, pengalaman, dan pengetahuan mendalam dalam hukum kekayaan intelektual di bidang merek serta meningkatkan kemampuan analisis hukum dan keterampilan dalam menyusun argumentasi yuridis yang kuat.
- b. Salah satu persyaratan yang harus dipenuhi untuk mengikuti ujian dalam rangka meraih gelar sarjana di Universitas Lampung.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Konsep Dasar Hak Kekayaan Intelektual (HKI)

2.1.1. Pengertian Hak Kekayaan Intelektual

Hak Kekayaan Intelektual (HKI) pada dasarnya adalah hak eksklusif yang diberikan untuk mengapresiasi dan melindungi kreativitas penemunya. Pengakuan hukum ini menjadikan eksploitasi atau pemanfaatan aset intelektual oleh pihak lain dalam periode tertentu hanya sah dilakukan dengan izin atau lisensi resmi dari pemilik hak, menekankan sifat eksklusif dari perlindungan tersebut. Manfaat dalam konteks pengaturan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) adalah bahwa setiap produk intelektual yang dihasilkan, baik itu penemuan, kreasi, atau ciptaan harus memberikan kontribusi positif dan kegunaan nyata bagi kesejahteraan umat manusia. Selain itu, temuan atau ciptaan semacam itu wajib berkontribusi dalam meninggikan harkat dan martabat manusia, baik bagi penciptanya maupun bagi pihak yang memanfaatkan hasilnya. Jaminan hukum ini sangat vital agar para pemegang hak dapat mengomersialkan aset intelektual mereka dengan rasa aman dan nyaman. Tanpa adanya perlindungan HKI yang memadai, inovasi-inovasi yang memiliki nilai ekonomi tinggi akan rentan mengalami kerugian, terutama dalam persaingan ketat di era globalisasi saat ini.¹⁰ Adapun pengertian yang dikemukakan oleh para ahli yaitu:¹¹

1. Saidin: Kekayaan Intelektual adalah suatu hak atas benda yang bersifat kebendaan, yang berasal dari hasil pemikiran atau kerja akal manusia. Di satu sisi, ini merupakan produk dari upaya rasional atau penalaran, sementara di

¹⁰Kasmawati, dkk, *Urgency of Protection of Intellectual Property Rights in the Era of Economic Globalization*, *International Journal of Social Science And Human Research*, Vol. 6, No. 3, 2023, hlm. 103-105.

¹¹Rahma Fitri dkk., *Hak Kekayaan Intelektual* (Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi, Cetakan I, Agustus 2022), hlm. 2-3.

sisi lain juga mencakup hasil dari kerja hati atau sisi emosional yang berupa hal-hal abstrak. Perpaduan antara pemikiran rasional dan perasaan yang dimaksud menghasilkan sebuah karya yang kita kenal sebagai karya intelektual. Karya ini kemudian berbentuk benda yang tidak berwujud atau immaterial.

2. Adrian Sutedi : Kekayaan intelektual adalah harta yang berasal dari berbagai hasil olah pikir dan kecerdasan manusia, meliputi bidang teknologi, ilmu pengetahuan, kesenian, sastra, komposisi musik, tulisan, gambar karikatur, dan karya-karya lainnya.
3. L.J Van Apeldoorn: Hak Kekayaan Intelektual (HKI) termasuk ke dalam kategori benda bergerak yang tidak memiliki wujud fisik (*intangible movables*). Konsep ini pertama kali dikenal dalam sistem hukum *Anglo-Saxon* atau *common law*. Dalam konteks hukum perdata, HKI bisa dipandang sebagai suatu benda (*zaak* dalam bahasa Belanda). L.J Van Apeldoorn menjelaskan bahwa benda dalam pengertian hukum adalah sesuatu yang menjadi objek dari hak dan kewajiban hukum.¹²
4. Abdulkadir Muhammad: Kekayaan intelektual adalah aset tidak berwujud yang semakin bernilai penting dalam masyarakat yang berbasis pengetahuan saat ini. Dengan pergeseran ekonomi dari yang mengandalkan sumber daya menjadi berfokus pada pengetahuan, peran kekayaan intelektual dalam mendukung inovasi dan pertumbuhan ekonomi menjadi semakin signifikan.¹³

Hak Kekayaan Intelektual (HKI) memegang peran yang sangat penting dalam memberikan perlindungan hukum terhadap hasil kreativitas dan inovasi yang dihasilkan oleh individu maupun perusahaan. Dengan adanya perlindungan ini, karya-karya tersebut dapat terjaga agar tidak disalahgunakan, diiplak, atau digunakan tanpa izin, sehingga hak para pencipta dapat terlindungi secara penuh. Perlindungan HKI tidak hanya menjaga hak-hak tersebut, tetapi juga mendorong perkembangan ekonomi yang dinamis dengan menciptakan persaingan sehat di

¹²Khoirul Hidayah, *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, (Malang: Setara Press, 2017), hlm. 2.

¹³Bernard Nainggolan, *Buku Ajar Hukum Kekayaan Intelektual* (Yogyakarta: Publiko Global Media, 2022), hlm. 9.

berbagai bidang usaha, baik industri kreatif, teknologi maupun bisnis secara umum. Selain itu, HKI memberi jaminan hukum bagi pelaku usaha dalam menjalankan aktivitas perdagangan serta melindungi konsumen dari produk palsu yang merugikan, sehingga sistem HKI menjadi salah satu pilar penting dalam mendukung kemajuan nasional dan perkembangan masyarakat secara luas. HKI mempunyai beberapa tujuan utama yang sangat penting, antara lain:¹⁴

1. Pertama, mendorong terciptanya inovasi dengan memberikan insentif kepada para pencipta dan pelaku usaha melalui perlindungan hukum.
2. Kedua, melindungi investasi yang telah dilakukan pemilik HKI agar produk dan layanan yang mereka kembangkan tidak disalin atau ditiru secara ilegal.
3. Ketiga, menciptakan suasana persaingan yang adil dengan mencegah pelanggaran hak cipta dan merek dagang yang merugikan.
4. Keempat, memberikan kesempatan kepada pemilik HKI untuk memperoleh penghasilan melalui penjualan atau penyewaan hak cipta, paten, dan merek dagang yang dimiliki.

Hak Kekayaan Intelektual (HKI) merupakan bentuk perlindungan hukum atas hasil kreativitas dan intelektualitas manusia yang diwujudkan dalam berbagai karya di bidang ilmu pengetahuan, seni, teknologi, dan sastra. HKI berbeda dengan kekayaan berwujud karena sifatnya yang immaterial, namun memiliki nilai ekonomi dan sosial yang sangat penting. Para ahli menegaskan bahwa HKI adalah aset tidak berwujud yang lahir dari proses berpikir dan karya manusia, yang mendukung kemajuan inovasi dan perkembangan masyarakat berbasis pengetahuan. Dengan melindungi hak pencipta dan pemilik HKI, sistem hukum tidak hanya menjaga kepentingan individu atau perusahaan, tetapi juga menciptakan iklim persaingan yang sehat serta mendorong pertumbuhan ekonomi secara luas. Sehingga, hak kekayaan intelektual menjadi instrumen krusial dalam membangun keadilan dan kemajuan dalam berbagai sektor usaha dan kegiatan kreatif.

¹⁴*Ibid*, hlm. 9-10.

2.1.2. Ruang Lingkup HKI

Hak Kekayaan Intelektual (HKI) secara umum dibagi menjadi dua kelompok utama, yakni hak cipta dan hak kekayaan industri. Hak cipta mencakup perlindungan atas karya dalam bidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra. Sementara itu, hak kekayaan industri berkaitan dengan hasil di bidang teknologi, seperti paten, merek, dan desain industri. Pembagian ini sesuai dengan pengaturan internasional maupun nasional yang membedakan jenis hak yang diberikan berdasarkan sifat dan bidang karya yang dilindungi. Adapun ruang lingkup Hak Kekayaan Intelektual yakni:

1. Hak Cipta

Hak cipta dilindungi dengan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 yang memberikan hak eksklusif kepada pencipta dan pemilik hak untuk mengelola karyanya dengan aturan hukum yang sudah ditetapkan. Hak Cipta mencakup hak eksklusif yang diberikan kepada seseorang sebagai pencipta untuk melindungi karya kreatifnya dalam bidang teknologi, sains, komputer, rupa, musik, dan sastra. Dengan demikian, pencipta berhak untuk mempublikasikan, mendistribusikan atau menawarkan kepada pihak lain untuk menggunakan karyanya.¹⁵

2. Hak Kekayaan Industri

Hak Kekayaan Industri mencakup berbagai hak eksklusif yang melindungi hasil penemuan dan kreasi di bidang industri, seperti:¹⁶

a. Paten:

Paten merupakan hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada penemu atas hasil ciptaannya di bidang teknologi. Hak ini memungkinkan penemu untuk memanfaatkan penemuannya sendiri selama jangka waktu tertentu atau memberikan izin kepada pihak lain agar dapat menggunakan penemuan tersebut.

¹⁵Rahma Fitri, dkk, *Hak Kekayaan Intelektual* (Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2022), hlm. 10.

¹⁶Khoirul Hidayah, *Hukum Hak Kekayaan Intelektual* (Malang: Setara Press, 2017), hlm. 5-7.

b. Merek:

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang menyebutkan bahwa merek meliputi tanda-tanda yang dapat digambarkan secara grafis, seperti gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, baik dalam bentuk dua dimensi maupun tiga dimensi, termasuk suara, hologram, atau kombinasi dari beberapa unsur ini, yang berperan untuk membedakan barang atau jasa yang dihasilkan oleh individu atau badan hukum dalam aktivitas perdagangan.

c. Desain Industri :

Desain Industri menurut Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2000 adalah sebuah karya yang berupa bentuk, susunan, atau kombinasi garis dan warna, baik dalam wujud dua dimensi maupun tiga dimensi, yang memiliki nilai estetika dan dapat diwujudkan dalam pola tertentu. Desain ini digunakan untuk menghasilkan produk, barang, komoditas industri, atau kerajinan tangan.

d. Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu

Menurut Undang-Undang tentang Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu (DTLST), desain tata letak adalah sebuah karya berupa rancangan tiga dimensi yang menggambarkan susunan berbagai elemen dalam suatu sirkuit terpadu, dengan minimal satu elemen aktif. Susunan tersebut mencakup seluruh atau sebagian hubungan antar elemen yang dibuat sebagai tahap persiapan dalam pembuatan sirkuit. Sirkuit terpadu sendiri merupakan produk jadi atau setengah jadi yang tersusun dari beberapa elemen yang saling terhubung serta terbentuk secara terpadu dalam bahan semikonduktor untuk menjalankan fungsi elektronik tertentu.

e. Rahasia Dagang

Rahasia dagang, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000, adalah informasi di bidang teknologi atau bisnis yang tidak diketahui oleh masyarakat umum. Informasi ini memiliki nilai ekonomi karena dapat digunakan dalam kegiatan usaha dan dijaga kerahasiaannya oleh pemiliknya.

f. Varietas Tanaman

Dalam Undang-Undang Nomor 29 Tahun 2000 tentang Perlindungan Varietas Tanaman, varietas tanaman dijelaskan sebagai kumpulan tanaman dari suatu jenis atau spesies yang memiliki ciri khas tertentu seperti bentuk tanaman, pola pertumbuhan, daun, bunga, buah, biji, dan ekspresi genetik yang membedakan varietas tersebut dari jenis atau spesies lain. Ciri khas ini tetap stabil dan tidak berubah saat diperbanyak.

Hak Atas Kekayaan Intelektual meliputi berbagai bentuk perlindungan yang penting dan memiliki peran besar dalam menjaga karya serta inovasi di berbagai bidang. Dengan adanya perlindungan ini, pencipta, penemu, dan pelaku usaha dapat merasa aman dalam mengembangkan hasil karyanya tanpa takut dicuri atau disalahgunakan oleh pihak lain. Hal ini juga mendorong kemajuan di bidang seni, teknologi, dan industri, serta memberikan manfaat bagi perekonomian dan masyarakat luas secara umum. Oleh karena itu, pemahaman dan penerapan hukum HAKI yang tepat sangatlah penting untuk menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pertumbuhan kreativitas dan inovasi di Indonesia.

2.1.3. Manfaat memiliki perlindungan Hak Kekayaan Intelektual

Berikut ini adalah beberapa manfaat penting yang diperoleh dengan memiliki perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) :¹⁷

1. Hak Kekayaan Intelektual memberikan perlindungan hukum yang kuat bagi para pencipta atau penemu atas karya dan inovasi yang mereka buat. Hak ini memberikan kekuasaan eksklusif bagi pemiliknya untuk mengatur penggunaan, penggandaan, dan penyebarluasan karya atau inovasi tersebut. Hal ini juga memberikan dorongan ekonomi agar para pencipta terus berinovasi dan berkarya.
2. Dengan adanya perlindungan HKI, pemilik hak bisa mendapatkan keuntungan dari karya kreatif mereka. Mereka berhak menentukan harga dan ketentuan penggunaan karya atau inovasinya, sehingga mendukung keberlanjutan usaha secara finansial.

¹⁷David Edyson, dkk, *Op. Cit.* hlm. 937.

3. HKI juga penting untuk mendorong investasi dalam penelitian dan pengembangan. Adanya perlindungan yang jelas terhadap hak cipta, paten, merek, dan indikasi geografis membuat investor yakin bahwa hasil inovasi mereka akan terlindungi secara hukum, sehingga meningkatkan semangat berinvestasi dalam teknologi dan ide baru.
4. HKI ikut menjaga keberagaman budaya dan kreativitas. Perlindungan terhadap karya seni, sastra, musik, dan tradisi lokal membantu melestarikan warisan budaya dan identitas unik yang penting bagi kekayaan sosial sebuah bangsa.
5. Perlindungan HKI mendorong pertukaran teknologi dan pengetahuan antarnegara. Dengan standar internasional yang seragam, HKI mempermudah kerjasama global dalam inovasi dan perkembangan ekonomi, serta memberi kesempatan bagi negara berkembang untuk ikut berkompetisi secara adil di pasar dunia.

Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) memberikan manfaat yang sangat penting, tidak hanya bagi pencipta atau penemu secara individual, tetapi juga bagi perkembangan ekonomi dan budaya secara lebih luas. Dengan adanya perlindungan yang kuat, para pemilik HKI dapat mengatur penggunaan karya dan inovasi mereka secara eksklusif, yang sekaligus mendorong semangat inovasi dan kreativitas. Perlindungan ini juga memberikan jaminan bagi investor untuk menanamkan modal pada penelitian dan pengembangan, sehingga memperkuat daya saing dan kemajuan teknologi. Selain itu, HKI membantu melestarikan keberagaman budaya serta memfasilitasi pertukaran pengetahuan dan teknologi di tingkat internasional. Dengan demikian, hak kekayaan intelektual menjadi instrumen penting yang mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan pengakuan atas nilai-nilai budaya dalam masyarakat.

2.2. Konsep Umum Tentang Merek

2.2.1. Pengertian Merek

Berdasarkan Pasal 1 Angka 1 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, "Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur itu untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa." Selain pengertian menurut undang-undang yang dimaksud, beberapa ahli juga memberikan definisi mengenai merek itu sendiri, di antaranya adalah sebagai berikut:¹⁸

1. Durianto: Merek merupakan nama, istilah, tanda, simbol, desain, atau kombinasinya yang mengidentifikasi suatu produk atau jasa yang dihasilkan oleh suatu perusahaan.
2. Saladin : Merek adalah suatu nama, istilah, tanda atau desain, atau kombinasi dari semuanya yang diharapkan mengidentifikasi barang atau jasa dari sekelompok penjual, dan diharapkan akan membedakan barang atau jasa itu dari produk-produk pesaing.
3. Soekardono : Merek adalah sebuah tanda dengan nama dipribadikan sebuah barang tertentu, dimana perlu juga dipribadikan asalnya barang atau menjamin kualitas barang dalam perbandingan dengan barang - barang sejenis atau diperdagangkan oleh orang - orang atau badan-badan perusahaan lain.¹⁹

Merek memiliki peran penting sebagai tanda pembeda yang tidak hanya membantu konsumen mengenali suatu produk atau jasa, tetapi juga memberikan jaminan mengenai kualitas dan asal barang tersebut. Definisi merek yang tercantum dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 dan pendapat beberapa

¹⁸Herdiana, dkk, "Studi Keputusan Pembelian Konsumen Berdasarkan Loyalitas Merek". *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, Vol. 2, No. 1, 2018, hlm. 27.

¹⁹R. Eddy Haryadi, "Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Merek Terhadap Pelanggaran Merek Menurut UU Merek Indonesia," *Yuriska*, Vol. 1, No. 2, Februari 2010, hlm.126.

ahli menunjukkan bahwa merek mencakup berbagai unsur seperti nama, logo, simbol, dan desain yang dapat membedakan produk dari pesaing di pasar. Dengan demikian, merek menjadi alat strategis dalam kegiatan perdagangan untuk membangun identitas dan reputasi produk atau jasa.

Selain itu, merek juga memiliki fungsi perlindungan hukum yang menjamin hak eksklusif pemiliknya agar dapat mengendalikan penggunaan merek tersebut. Perlindungan ini penting untuk menjaga kepercayaan konsumen dan mencegah penyalahgunaan atau pelanggaran oleh pihak lain. Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha untuk memahami pengertian dan hak terkait merek agar dapat memanfaatkan kekuatan merek secara optimal dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis.

2.2.2. Fungsi Merek

Merek diciptakan sebagai identitas pembeda yang memisahkan produk atau layanan suatu perusahaan dari pesaing, di mana hal paling krusial adalah merek harus mampu membedakan dan memiliki kekuatan hukum yang menjadikannya alat resmi untuk melindungi dan memisahkan hasil produksi barang atau jasa. Perlindungan resmi ini didapat melalui pendaftaran merek dagang di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI), yang merupakan otoritas yang berwenang mencatat dan mengakui hak kepemilikan tersebut. Seiring waktu, fungsi merek telah berevolusi jauh melampaui gambaran instrumental; kini merek juga mencerminkan kepribadian dan karakter penggunanya, menjadikannya simbolik. Dengan kata lain, merek berperan sebagai representasi pribadi bagi konsumen, yang memungkinkan mereka mengekspresikan nilai-nilai dan gaya hidup yang ingin ditunjukkan, menegaskan peran merek sebagai elemen strategis yang membangun hubungan emosional yang erat antara produk dan penggunanya.²⁰

²⁰Elly Nurlaili, dkk, *Protection for Micro, Small and Medium Enterprises Based on Indonesian Law. International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, Vol. 11, No. 5, 2024, hlm. 162.

Adapun fungsi merek yang dapat dijelaskan sebagai berikut²¹:

1. Merek berfungsi sebagai tanda pengenal yang membedakan produk dari satu perusahaan dengan perusahaan lain (*Product Identity*). Fungsi ini juga menghubungkan barang atau jasa dengan produsennya, sekaligus menjadi jaminan reputasi hasil produksi perusahaan ketika dipasarkan kepada masyarakat.
2. Merek juga berperan sebagai sarana promosi dagang (*Means of Trade Promotion*), di mana produsen melakukan promosi melalui iklan untuk menarik konsumen. Merek dagang menjadi salah satu goodwill yang penting dan simbol pengusaha dalam mengembangkan produk, sehingga cukup dengan menyebutkan merek saja sudah dapat menarik perhatian.
3. Selain itu, merek berfungsi sebagai jaminan kualitas barang atau jasa (*Quality Guarantee*). Jaminan ini tidak hanya menguntungkan produsen pemilik merek, tetapi juga memberikan perlindungan dan kepastian kualitas bagi konsumen.
4. Merek juga menjadi penanda asal barang atau jasa yang dihasilkan (*Source of Origin*). Merek digunakan sebagai identifikasi produk yang kemudian dapat dikaitkan dengan wilayah atau negara tempat produk itu diproduksi.

Keberadaan merek memberikan manfaat yang penting bagi berbagai pihak, baik pembeli, perantara, produsen, maupun masyarakat luas. Untuk pembeli, merek menjadi indikator kualitas yang membantu mereka mengenali mutu suatu produk serta menarik perhatian terhadap produk-produk baru yang mungkin berguna bagi kebutuhan mereka. Bagi masyarakat, merek memberikan beberapa keuntungan. Pertama, merek menjamin konsistensi dan mutu produk sehingga konsumen lebih percaya terhadap barang yang mereka beli. Kedua, merek memudahkan pembeli dalam memperoleh informasi terkait produk dan tempat pembeliannya, sehingga transaksi bisa lebih efisien. Ketiga, merek mendorong produsen untuk terus

²¹Belardo Prasetya Mega Jaya, dkk. Kebijakan Pemerintah Tentang Merek Dalam Memberikan Perlindungan Hukum Terhadap UMKM. *Jurnal Ilmiah Advokasi*, Vol.10, No. 02 September 2022, hlm. 101-102.

berinovasi dengan menciptakan ciri khas baru agar produk mereka tidak mudah ditiru oleh pesaing.²²

Sedangkan bagi penjual atau produsen, merek juga memiliki manfaat strategis. Merek memudahkan proses pengelolaan pesanan dan penanganan masalah yang mungkin muncul. Selain itu, merek yang dilindungi secara hukum memberikan keistimewaan pada produk, memungkinkan penjual menarik kelompok pembeli yang loyal dan menguntungkan. Terakhir, merek juga membantu dalam segmentasi pasar, sehingga pemasaran dapat dilakukan dengan lebih terarah dan efektif.²³

Merek memiliki peran yang sangat penting sebagai tanda pengenal produk sekaligus cerminan kepribadian dan identitas yang melekat pada produk tersebut. Merek bukan hanya alat pengenalan, tetapi juga simbol yang mengekspresikan nilai, karakter, dan gaya hidup konsumen, sehingga mampu membangun hubungan emosional antara produk dan pengguna. Fungsi merek mencakup sebagai pembeda produk dan perusahaan, alat promosi yang efektif, jaminan kualitas barang atau jasa, serta penanda asal produk. Manfaat tersebut dirasakan oleh berbagai pihak, di mana konsumen mendapatkan kemudahan dalam mengenali mutu dan jaminan kualitas, sementara produsen dapat lebih mudah mengelola pemasaran sekaligus membangun loyalitas pelanggan. Dengan dukungan perlindungan hukum yang memadai, merek menjadi keunggulan kompetitif yang penting dalam menghadapi persaingan pasar serta membantu pelaku usaha dalam segmentasi dan strategi pemasaran yang lebih terarah dan efektif.

²²Debi Eka Putri, dkk, *Brand Marketing*, (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2021), hlm. 7.

²³*Ibid*, hlm. 7.

2.2.3. Dasar Hukum Perlindungan Merek

Merek di Indonesia tertuang dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU Merek). Undang-Undang ini dibuat dengan tujuan untuk menjaga persaingan usaha yang sehat dan adil, melindungi konsumen, serta memberikan perlindungan bagi usaha mikro, kecil, menengah, dan industri dalam negeri. UU ini mengatur perlindungan hukum secara preventif maupun represif. Diharapkan, perlindungan terhadap merek di Indonesia dapat berjalan efektif sehingga mendukung terciptanya iklim usaha yang lebih sehat dan adil.²⁴

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis merupakan regulasi terbaru yang menjadi landasan hukum utama dalam perlindungan merek di Indonesia. Sebelumnya, pemerintah telah menerapkan beberapa peraturan mengenai merek, mulai dari Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961, kemudian disempurnakan dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992, Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997, dan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001, hingga akhirnya digantikan oleh Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016. Meski begitu, ada sejumlah peraturan tambahan yang mengatur aspek-aspek tertentu secara lebih rinci, antara lain:²⁵

1. Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 28 Tahun 2019 tentang Jenis Penerimaan Negara Bukan Pajak yang Berlaku pada Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, yang mengatur tentang biaya resmi untuk berbagai tindakan yang dapat diajukan ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) di bawah Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Indonesia;
2. Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 22 Tahun 2018 tentang Pendaftaran Merek Internasional Berdasarkan Protokol Terkait dengan Persetujuan Madrid Mengenai Pendaftaran Merek Secara Internasional, yang mencakup semua aspek pendaftaran internasional yang diajukan di atau dari Indonesia;

²⁴Sylvia Lesmana Clara, dkk, Perlindungan Hukum Merek di Indonesia Secara Preventif dan Penegakan Represif Berdasarkan Undang-Undang No 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, *Jurnal Hukum dan Kewarganegaraan*, Vol. 14, No. 2, 2025, hlm. 133.

²⁵AFFA Intellectual Property Rights. (12 Juni 2023) *Dasar Hukum Perlindungan Merek di Indonesia*. Diakses pada tanggal 29 April 2025.

3. Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 90 Tahun 2019 terkait Komisi Banding Merek yang berlaku sejak 29 Agustus 1995, tentang Tata Cara Permohonan, Pemeriksaan, dan Penyelesaian Banding pada Komisi Banding Merek; dan
4. Peraturan Menteri Hukum dan HAM Nomor 67 Tahun 2016 tentang Keputusan Direktur Jenderal Kekayaan Intelektual Bidang Merek. Peraturan Menteri ini mengatur tentang persyaratan pendaftaran, golongan barang dan jasa, serta perbaikan sertifikat dan pencatatan yang diterbitkan.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 menjadi dasar hukum terpenting dalam perlindungan merek di Indonesia, menggantikan regulasi sebelumnya dan memberikan kerangka hukum yang lebih komprehensif. Selain itu, berbagai peraturan pemerintah dan peraturan menteri turut melengkapi ketentuan tersebut dengan mengatur aspek teknis seperti biaya pendaftaran, prosedur banding, serta pendaftaran merek secara internasional. Keseluruhan peraturan ini bertujuan untuk memberikan kepastian hukum serta perlindungan yang efektif bagi pemilik merek, sehingga dapat mendukung perkembangan bisnis dan mencegah pelanggaran hak kekayaan intelektual secara lebih optimal di Indonesia.

2.2.4. Jenis-Jenis Merek

Jenis merek diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, khususnya pada Pasal 1 angka 2, 3, dan 4, yang menjelaskan beberapa kategori merek sebagai berikut:

1. Merek Dagang (Pasal 1 angka 2)

Merek Dagang adalah merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh satu orang, beberapa orang secara bersama-sama, atau badan hukum. Fungsi utamanya adalah untuk membedakan barang itu dari barang sejenis lainnya di pasaran.

Merek dagang adalah tanda yang digunakan untuk membedakan barang atau jasa yang diproduksi atau disediakan oleh satu pihak tertentu dengan barang atau jasa milik pihak lain. Asal mula merek dagang dapat ditelusuri sejak zaman dahulu kala, ketika para pengrajin memberikan tanda khusus pada karya seni atau barang yang mereka buat sebagai identitas. Seiring waktu,

tanda tersebut berkembang menjadi sistem pendaftaran dan perlindungan merek yang ada saat ini. Sistem ini membantu konsumen mengenali dan memilih produk atau jasa berdasarkan kualitas dan karakteristik yang ditunjukkan oleh merek dagang yang unik, sehingga memenuhi kebutuhan mereka dengan jelas.²⁶

2. Merek Jasa (Pasal 1 angka 3)

Merek Jasa merupakan merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh satu orang, beberapa orang secara bersama-sama, atau badan hukum. Merek ini berperan untuk membedakan jasa yang ditawarkan dari jasa sejenis lainnya.

Merek jasa memiliki karakteristik yang hampir sama dengan merek dagang, keduanya merupakan tanda yang berbeda dimana merek dagang berfungsi untuk membedakan barang yang diproduksi oleh suatu perusahaan dengan perusahaan lain, sedangkan merek jasa memiliki fungsi serupa namun terkait dengan jasa yang ditawarkan, seperti dalam bidang keuangan, perbankan, perjalanan, periklanan, atau katering. Pendaftaran merek jasa mengikuti prosedur yang sama dengan merek dagang, termasuk mekanisme perpanjangan, pembatalan, pembagian, dan pemberian lisensi.²⁷

3. Merek Kolektif (Pasal 1 angka 4)

Merek Kolektif adalah merek yang digunakan pada barang dan/atau jasa dengan karakteristik yang sama, baik dari segi sifat, ciri umum, maupun mutu barang atau jasa itu. Merek ini biasanya diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama dan diawasi secara kolektif untuk membedakan produk atau jasa yang dimaksud dari barang dan/atau jasa sejenis lainnya.

²⁶Ramadhan, dkk, *Buku Ajar Hak Kekayaan Intelektual*, (Medan: Universitas Medan Area Press, 2023), hlm. 63.

²⁷World Intellectual Property Organization (WIPO), *Membuat Sebuah Merek: Pengantar Merek untuk Usaha Kecil dan Menengah* (Jakarta: Kamar Dagang dan Industri Indonesia, 2008), diakses 21 September 2025.

Merek kolektif adalah jenis merek yang dipakai bersama oleh sebuah kelompok atau organisasi seperti asosiasi, koperasi, atau paguyuban, bukan untuk penggunaan perorangan. Produk atau jasa yang menggunakan merek ini memiliki kesamaan karakteristik, baik dari segi sifat, ciri, maupun mutu, sehingga terdapat standar tertentu yang harus dipenuhi. Penggunaan merek kolektif diatur oleh asosiasi yang memiliki kewenangan mengawasi pemakaian merek tersebut dan menetapkan sanksi jika terjadi pelanggaran aturan. Berbeda dengan merek individu, merek kolektif tidak bisa dilisensikan kepada pihak luar karena sifatnya yang digunakan secara bersama oleh anggota kelompok tersebut. Dengan demikian, merek kolektif tidak hanya berfungsi sebagai identitas bersama tetapi juga sebagai bentuk pengendalian mutu dan keaslian produk atau jasa yang bersangkutan.²⁸

2.3. Pendaftaran Merek

Merek digunakan untuk membedakan antara satu barang dengan barang lainnya. Keteraturan penggunaan merek bertujuan untuk mendapatkan perlindungan dan kepastian hukum atas hak suatu merek. Sebelum itu, pendaftaran merek harus dilakukan terlebih dahulu di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual adalah lembaga pendaftaran merek yang bertanggung jawab atas proses pendaftaran merek yang diajukan oleh pengguna merek. Saat ini, Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual berganti nama menjadi Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual yang disingkat DJKI.²⁹

Perkembangan teknologi dan perdagangan yang pesat menuntut perlindungan yang jelas atas merek sebagai identitas dan penanda kualitas produk. Memahami perbedaan antara sistem konstitutif dan deklaratif dalam pendaftaran merek sangat penting agar pemilik merek dapat memperoleh kepastian hukum dan perlindungan yang optimal. Dengan melaksanakan pendaftaran merek secara tepat melalui Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, para pelaku usaha dapat menjaga hak

²⁸Oktavianto Setyo Nugroho, Penggunaan Merek Kolektif Sebagai Upaya Perlindungan Hukum Produk Makanan Pelaku UMKM Di Kota Semarang Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis, *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, Vol. 4, No. 3, 2024, hlm. 14104-14105.

²⁹Atika Sunarto, dkk, "Implementasi Hukum Terhadap Merek Sebagai Konsep Hak Kekayaan Intelektual" *Jurnal Preferensi Hukum* Vol 4, No. 3 (2023). hlm. 391.

eksklusif dan menghindari konflik dalam dunia bisnis. Oleh karena itu, pemahaman mendalam tentang kedua sistem ini menjadi kunci yang penting dalam menjaga keberlangsungan dan keunggulan suatu merek di pasar yang kompetitif.

2.3.1. Tata Cara Permohonan Pendaftaran Merek

Sesuai dengan Pasal 4 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, dijelaskan mengenai syarat dan tata cara permohonan pendaftaran merek, 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.

Pendaftaran merek menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 menjelaskan secara detail persyaratan dan cara mengajukan permohonan pendaftaran merek. Permohonan tersebut harus diajukan oleh pemilik merek atau kuasanya kepada Menteri, baik secara daring maupun luring, dengan menggunakan bahasa Indonesia. Dalam permohonan wajib dicantumkan data lengkap seperti tanggal pengajuan, identitas pemohon, data kuasa jika ada, unsur warna bila merek mengandung warna, serta kelas dan deskripsi barang atau jasa yang didaftarkan.

Selain itu, permohonan juga harus dilengkapi dengan label merek, bukti pembayaran, tanda tangan pemohon atau kuasa, dan surat pernyataan kepemilikan. Biaya pendaftaran ditentukan berdasarkan kelas barang atau jasa yang didaftarkan, dan aturan lebih lanjut mengenai biaya ini diatur oleh Peraturan Pemerintah. Tujuan dari ketentuan ini adalah memberikan perlindungan hukum yang tegas dan sistematis bagi pemilik merek atas hak eksklusif mereka.

2.3.2. Prosedur Pendaftaran Merek

Setelah permohonan pendaftaran merek diajukan dan diterima secara lengkap, tahap berikutnya adalah proses pendaftaran merek itu sendiri. Pada tahap ini, status hukum merek resmi menjadi terlindungi, memberikan hak eksklusif kepada pemiliknya dan melindungi merek tersebut dari penggunaan oleh pihak lain tanpa izin. Berikut adalah prosedur pendaftaran merek, yaitu:³⁰

1. Pemeriksaan Kelayakan

Langkah awal dalam proses pendaftaran merek adalah melakukan pemeriksaan kelayakan merek. Tahapan ini bertujuan untuk memastikan

³⁰ Bernard Nainggolan, *Op. Cit.* hlm. 86-88.

bahwa merek yang diajukan sudah memenuhi persyaratan hukum yang berlaku. Persyaratan tersebut dapat berbeda-beda tergantung aturan di setiap wilayah, namun pada umumnya mencakup beberapa ketentuan dasar yaitu:

- a. Keunikan: Merek harus memiliki keunikan dan tidak boleh menimbulkan kebingungan dengan merek lain yang sudah ada.
- b. Tidak Menyesatkan: Merek tidak boleh bersifat menyesatkan konsumen mengenai asal produk atau jasa.
- c. Legalitas Merek harus sesuai dengan peraturan perundang-undangan dan norma atau etika yang berlaku.

Jika merek lolos pemeriksaan kelayakan tersebut, pemohon dapat meneruskan ke tahap pendaftaran berikutnya.

2. Permohonan Pendaftaran Merek

Tahap berikutnya adalah mengajukan permohonan pendaftaran merek kepada lembaga yang berwenang di wilayah hukum terkait. Proses ini meliputi pengisian formulir aplikasi dan pembayaran biaya yang ditentukan. Dalam permohonan pendaftaran merek biasanya diperlukan informasi sebagai berikut:

- a. Nama dan alamat pemilik merek.
- b. Deskripsi merek yang akan didaftarkan.
- c. Jenis produk atau jasa yang akan diidentifikasi oleh merek.
- d. Contoh penggunaan merek, seperti logo atau nama merek dalam materi pemasaran.

Setelah pengajuan dilakukan, otoritas merek akan memproses dan melakukan verifikasi lebih lanjut terhadap permohonan tersebut.

3. Pemeriksaan oleh Otoritas Hak Merek

Otoritas Hak Merek melakukan pemeriksaan terhadap permohonan pendaftaran merek. Dalam tahap ini, dilakukan pengecekan apakah merek tersebut sudah memenuhi persyaratan hukum, serta memastikan tidak ada merek lain yang sudah terdaftar yang mirip atau berpotensi menimbulkan

kebingungan. Proses pemeriksaan bisa memakan waktu cukup lama tergantung wilayah hukum dan jumlah permohonan yang diproses. Pemilik merek perlu bersabar dan siap memberikan jawaban atau melengkapi dokumen jika diminta oleh otoritas terkait.

4. Penerbitan Sertifikat Merek Terdaftar

Jika permohonan pendaftaran merek dinyatakan lolos dan memenuhi semua ketentuan yang berlaku, maka otoritas yang berwenang akan mengeluarkan sertifikat merek terdaftar. Sertifikat ini menjadi bukti resmi bahwa merek tersebut sudah tercatat dan mendapatkan perlindungan hukum. Pemilik merek wajib menyimpan sertifikat ini dengan baik dan menggunakan sebagai alat untuk melindungi hak atas merek mereka. Selain itu, sertifikat juga dapat dijadikan bukti kepemilikan ketika melakukan transaksi bisnis atau investasi terkait merek tersebut.

5. Perbarui Hak Merek

Merek yang sudah terdaftar memiliki masa berlaku tertentu yang bergantung pada aturan di setiap wilayah hukum. Setelah masa tersebut berakhir, pemilik merek wajib melakukan perpanjangan dengan membayar biaya yang telah ditetapkan. Proses pembaruan ini penting supaya perlindungan hukum terhadap merek tetap berjalan dan merek tersebut tetap diakui secara resmi.

Jika semua persyaratan terpenuhi, sertifikat merek terdaftar akan dikeluarkan sebagai bukti perlindungan hukum. Pemilik merek harus menjaga sertifikat tersebut dan memperbarui hak merek sesuai jangka waktu yang berlaku untuk mempertahankan perlindungan hukum atas merek mereka. Dengan demikian, prosedur ini memberikan kepastian hukum dan perlindungan eksklusif bagi pemilik merek.

2.4. Pentingnya Pendaftaran Merek

Dalam konteks Hak Atas Kekayaan Intelektual, pendaftaran merupakan proses pemeriksaan dan pencatatan hak kekayaan intelektual milik seseorang oleh pejabat yang berwenang. Proses ini dilakukan berdasarkan permohonan dari pemilik atau pemegang hak, sesuai dengan ketentuan dan prosedur yang diatur oleh undang-undang. Tujuan utama pendaftaran adalah untuk memastikan kejelasan status kepemilikan serta memberikan perlindungan hukum. Sebagai bukti resmi, pendaftaran ini menghasilkan Sertifikat Hak Atas Kekayaan Intelektual. Manfaat penting dari pendaftaran merek adalah sebagai berikut:³¹

1. Perlindungan Hukum

Dengan mendaftarkan merek, perusahaan memperoleh perlindungan hukum atas produk atau jasa yang dihasilkannya. Perlindungan ini penting karena:

- a. Menjamin kepastian hukum bagi penemu, pemilik, atau pemegang hak merek.
- b. Mencegah pelanggaran dan tindak kejahatan terkait hak merek sehingga keadilan dapat ditegakkan.
- c. Mendorong masyarakat untuk membuat dan mengurus pendaftaran merek usaha mereka.

2. Hak Eksklusif atas Penggunaan Merek

Hak ini memungkinkan pemilik untuk menggunakan merek itu secara sendiri atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya dalam jangka waktu tertentu sesuai ketentuan undang-undang (Pasal 3 UU No. 20 Tahun 2016). Hak eksklusif ini memberikan peluang bagi pemilik merek untuk memberikan lisensi atau waralaba, memperkuat posisi negosiasi dengan investor, membangun citra positif perusahaan, serta memperluas pangsa pasar produk. Dengan adanya hak eksklusif, pemilik merek juga mendapatkan perlindungan hukum yang kuat terhadap penggunaan merek tanpa izin, sehingga dapat mencegah pelanggaran dan persaingan usaha tidak sehat.

³¹Lilis Mardiana Anugrahwati, “Pentingnya Pendaftaran Merek Suatu Produk”, *Jurnal Polines*, Vol. 15, (2014). 211-212.

3. Meningkatkan Nilai Bisnis

Pendaftaran merek yang resmi memberikan banyak keuntungan bagi pemiliknya karena merek tersebut menjadi aset yang bernilai dalam dunia bisnis. Dengan tercatat sebagai merek terdaftar, sebuah merek bukan hanya mendapatkan perlindungan hukum, tetapi juga dapat meningkatkan nilai usaha secara finansial. Pemilik merek bisa memanfaatkan sertifikat merek sebagai jaminan untuk memperoleh pinjaman, melakukan transaksi jual beli merek, atau menguatkan citra usaha melalui pengembangan merek tersebut. Selain itu, merek yang sudah terdaftar cenderung menarik perhatian investor dan calon pemegang saham, sehingga memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan investasi dan strategi pengembangan bisnis ke depan.³²

4. Keuntungan Strategis

Pendaftaran merek membawa berbagai keuntungan strategis dalam persaingan bisnis. Dengan memiliki merek yang telah terdaftar, produk atau jasa dapat dibedakan dengan jelas dari para pesaing sehingga membangun kepercayaan di kalangan konsumen. Merek yang sudah dikenal dan dihormati mampu memengaruhi pandangan konsumen terhadap kualitas produk atau jasa tersebut dan meningkatkan loyalitas mereka. Selain itu, merek terdaftar memudahkan perusahaan dalam memperluas pasar karena konsumen yang sudah familiar dan percaya pada merek tersebut lebih cenderung mencoba produk atau layanan baru yang memakai merek yang sama.³³

5. Perlindungan Global

Era globalisasi membuat banyak perusahaan yang menjalankan usahanya di berbagai negara sekaligus. Mendaftarkan merek hanya di satu negara tidak cukup untuk menjamin perlindungan di negara lain. Oleh sebab itu, pendaftaran merek secara internasional menjadi penting agar merek bisa terlindungi di banyak negara secara bersamaan. Pemilik merek dapat memanfaatkan sistem pendaftaran merek internasional, seperti Protokol Madrid, yang memudahkan pengajuan permohonan pendaftaran merek di

³² Bernard Nainggolan, *Op. Cit.* hlm. 85.

³³ *Ibid*, hlm. 85.

berbagai negara dengan satu proses saja. Cara ini tidak hanya lebih efisien tetapi juga mengurangi beban biaya dan administrasi untuk perlindungan merek di berbagai yurisdiksi. Dengan sistem ini, perlindungan merek bisa lebih luas dan mendukung keberlangsungan bisnis di pasar global.³⁴

Pendaftaran merek merupakan langkah krusial yang tidak hanya memberikan perlindungan hukum kepada pemiliknya, tetapi juga memperkuat posisi bisnis secara strategis. Dengan adanya hak eksklusif dan pengakuan resmi, merek menjadi aset berharga yang mampu meningkatkan nilai perusahaan serta membuka peluang pengembangan usaha di tingkat nasional maupun internasional. Oleh karena itu, proses pendaftaran merek harus dipandang sebagai investasi penting bagi keberlangsungan dan keberhasilan bisnis dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin kompetitif.

2.5. Teori Unsur Persamaan dalam Merek

Unsur persamaan dalam merek sangat penting dan menjadi salah satu tolok ukur utama dalam menilai pendaftaran merek. Merek dianggap memiliki persamaan jika terdapat kesamaan dalam bentuk, komposisi, kombinasi, unsur, bunyi, ucapan, atau tampilan dengan merek lain. Menurut pasal 21 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, persamaan merek dapat dibagi menjadi dua kategori utama, yaitu :

1. Persamaan Secara Keseluruhan

Merek dikatakan memiliki persamaan secara keseluruhan jika semua unsur merek ini identik dengan merek lain tanpa adanya modifikasi atau penambahan unsur baru. Jika terdapat perbedaan, haruslah tidak signifikan sehingga konsumen tidak dapat membedakan identitas produk. Dalam kasus seperti ini, permohonan merek biasanya ditolak karena dapat menimbulkan kebingungan di masyarakat dalam mengenali sumber produk. Akibatnya, konsumen akan menganggap kedua merek itu saling terkait dan dimiliki oleh pihak yang sama.

Persamaan secara keseluruhan terjadi ketika semua unsur dalam suatu merek sama persis dengan merek lain tanpa adanya perubahan atau tambahan apapun.

³⁴ *Ibid*, hlm. 86.

Apabila ada penambahan atau perubahan, perbedaan tersebut haruslah sangat kecil sehingga konsumen tetap menganggap kedua merek tersebut sebagai satu kesatuan produk yang sama. Karena kemiripan ini dapat menimbulkan kebingungan di masyarakat mengenai asal produk, permohonan merek dengan persamaan keseluruhan biasanya akan ditolak. Hal ini karena konsumen akan mengira bahwa kedua merek tersebut saling berkaitan dan dimiliki oleh pihak yang sama.

2. Persamaan Pada Pokoknya

Merek dikategorikan memiliki persamaan pada pokoknya jika merek itu mirip dengan merek lain, meskipun terdapat penambahan kata atau simbol agar tidak identik secara keseluruhan, tetapi tetap terlihat mirip secara sekilas atau pada inti pokoknya. Merek dengan persamaan seperti ini dapat membuat masyarakat beranggapan bahwa merek ini berasosiasi atau berasal dari produsen yang sama dengan merek yang diserupainya.

Persamaan pada pokoknya dalam praktik di Indonesia dianggap terjadi apabila suatu merek memiliki kemiripan dengan merek lain yang sudah ada. Penilaian kemiripan ini bisa dilihat dari berbagai aspek, seperti persamaan gambar atau logo, susunan kata yang hampir sama, warna, atau bunyi. Tidak menjadi keharusan bahwa barang yang dipakai merek tersebut harus sejenis untuk dianggap mirip; hubungan atau kaitan antar barang juga bisa menjadi pertimbangan. Selain itu, penggunaan merek yang menimbulkan kebingungan nyata atau bisa menyesatkan konsumen (*likelihood of confusion*) juga menjadi faktor penting.³⁵

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata “kemiripan” berasal dari “mirip” yang berarti hampir sama atau serupa. Dengan demikian, persamaan pada pokoknya berarti merek-merek tersebut hampir sama atau memiliki kesamaan unsur dominan dengan merek lain yang telah ada sebelumnya.

³⁵Liza Anggelina Manurung, dkk, Tinjauan Yuridis Terkait Penerapan Persamaan pada Pokoknya untuk Barang dan/atau Jasa Sejenis yang Belum Terdaftar ditinjau dari Undang - Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, *Federalisme : Jurnal Kajian Hukum dan Ilmu Komunikasi*, Vol. 2, No. 2, Mei 2025, hlm. 57.

Pendekatan dalam menentukan persamaan pada pokoknya dapat memakai teori holistic yang melihat merek secara keseluruhan, atau teori dominancy yang menitikberatkan pada unsur paling menonjol yang sama antara dua merek. Jadi, untuk menilai persamaan pada pokoknya, tidak harus semua unsur merek sama, cukup dengan adanya kesamaan pada bagian dominan yang membuat merek tersebut terlihat atau terdengar hampir serupa.³⁶

Merek dengan persamaan pada pokoknya berarti unsur-unsur pembentuknya tidak sepenuhnya identik dengan merek lain, melainkan terdapat modifikasi atau tambahan yang membuatnya tampak sedikit berbeda. Namun, merek seperti ini tetap berpotensi menimbulkan kebingungan atau kesalahan persepsi di masyarakat mengenai asal produk. Kebingungan ini tidak muncul karena identitas merek yang sama persis, melainkan karena adanya kesamaan pada beberapa unsur yang membuat konsumen mengira kedua merek itu memiliki hubungan atau berasal dari pihak yang sama.³⁷

Persamaan unsur dalam merek sangat penting sebagai tolok ukur utama dalam pendaftaran merek. Menurut Pasal 21 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, persamaan merek terbagi menjadi dua, yaitu persamaan secara keseluruhan dan persamaan pada pokoknya. Persamaan secara keseluruhan terjadi ketika unsur merek identik tanpa modifikasi yang berarti, sehingga dapat menimbulkan kebingungan di masyarakat. Sedangkan persamaan pada pokoknya terjadi saat inti merek mirip meskipun ada perbedaan unsur tambahan, yang tetap bisa menimbulkan kesan bahwa kedua merek berasal dari produsen sama. Penilaian ini mempertimbangkan aspek gambar, kata, warna, atau bunyi, dan kemungkinan kebingungan konsumen. Oleh karena itu, menilai persamaan unsur merek sangat penting untuk melindungi hak pemilik sekaligus menjaga kepastian hukum di pasar.

³⁶Ibid, hlm. 57.

³⁷La Radi Eno, dkk, *Op. Cit.* hlm. 6.

2.6. Asas Itikad Baik

Asas itikad baik memiliki dua makna utama. Pertama, itikad baik dalam arti obyektif, yang berarti setiap perjanjian harus dijalankan dengan memperhatikan norma kepatutan dan kesusilaan. Ini mengharuskan bahwa pelaksanaan perjanjian tidak boleh merugikan salah satu pihak, sehingga semua pihak harus bertindak jujur dan adil dalam menjalankan kewajibannya. Dengan demikian, perjanjian harus dilaksanakan secara wajar supaya tidak ada pihak yang dirugikan.³⁸

Kedua, itikad baik dalam arti subyektif, yaitu berkaitan dengan sikap batin seseorang. Dalam konteks hukum benda, itikad baik ini bisa diartikan sebagai kejujuran yang ada pada diri seseorang ketika melakukan perbuatan hukum. Dengan kata lain, itikad baik subyektif adalah kejujuran yang dipunyai seseorang saat mengambil keputusan atau bertindak dalam suatu hubungan hukum, yang berasal dari kesadaran dan niat baik dalam dirinya.³⁹ Adapun pengertian Asas Itikad baik menurut para ahli yaitu:⁴⁰

1. Asas itikad baik (*good faith*) menurut Subekti merupakan salah satu prinsip utama dalam hukum perjanjian, dimana perjanjian yang dilakukan dengan itikad baik berarti melaksanakan kesepakatan itu berdasarkan norma-norma kepatutan dan kesusilaan
2. Menurut Hoge Raad dalam putusannya pada 9 Februari 1923 (*Nederlandse Jurisprudentie*), rumusan mengenai *goede trouw* adalah "*volgens de eisen van redelijkheid en billijkheid*", yang artinya itikad baik harus dijalankan sesuai tuntutan kewajaran dan kepatutan. P.L. Werry menerjemahkan *redelijkheid* sebagai rasional, yaitu hal yang masuk akal dan diterima nalar serta akal sehat, sementara *billijkheid* berarti patut dan adil, sehingga secara keseluruhan mencakup segala sesuatu yang terasa wajar, masuk akal, dan adil.

Asas itikad baik adalah prinsip umum yang harus diterapkan dalam setiap perjanjian. Dalam proses pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual (HKI), khususnya

³⁸Andoko, dkk, Membangun Konsep Ideal Penerapan Asas Itikad Baik dalam Hukum Perjanjian, *Jurnal Hukum Responsif FH UNPAB*, Vol. 5, No. 2, April 2017, hlm. 54.

³⁹Ibid, hlm. 54.

⁴⁰Farly Lumopa, dkk, *Op. Cit.* hlm. 287-289.

Hak Merek, hak yang dimaksud bersifat khusus, eksklusif, dan monopoli yang hanya dapat dijalankan oleh pemiliknya. Orang lain tidak diperbolehkan menggunakan hak ini tanpa izin dari pemilik. Pendaftaran merek hanya dapat dilakukan berdasarkan permohonan dari pemilik yang bertindak dengan itikad baik, sesuai dengan prinsip *Good Faith*.⁴¹

Pendaftaran merek hanya dapat dilakukan berdasarkan permohonan dari pemilik yang bertindak dengan itikad baik, sesuai dengan prinsip *Good Faith*. Hal ini juga ditegaskan dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, pada Pasal 21 ayat (3) yang menyatakan bahwa "Permohonan ditolak jika diajukan oleh Pemohon yang beritikad tidak baik," sehingga menegaskan pentingnya itikad baik sebagai syarat mutlak dalam proses pendaftaran merek.

Setelah terdaftar, hak atas merek tersebut menjadi hak eksklusif yang diberikan negara kepada pemiliknya selama 10 tahun sejak tanggal permohonan diterima, sebagaimana diatur dalam Pasal 35 Undang-Undang Merek. Pemilik bisa menggunakan mereknya sendiri atau melisensikannya ke pihak lain asal dengan itikad baik (*good faith*). Hak eksklusif ini melarang pihak lain memakai merek serupa untuk barang atau jasa sejenis tanpa izin, sehingga menjamin perlindungan penuh bagi pemilik yang mendaftar secara benar.

Kewajiban untuk melaksanakan kontrak dengan itikad baik telah diakui secara luas sebagai prinsip universal dalam hukum kontrak internasional. Menurut UNIDROIT (*The International Institute for the Unification of Private Law*), Pasal 1.7 menyatakan bahwa setiap pihak harus bertindak sesuai dengan prinsip itikad baik dan transaksi yang adil dalam perdagangan internasional, serta tidak dapat menghilangkan atau membatasi kewajiban itu. Ketentuan ini kemudian dijelaskan lebih rinci dalam bentuk uraian dan contoh-contoh yang dikenal sebagai

⁴¹Ibid. hlm. 287.

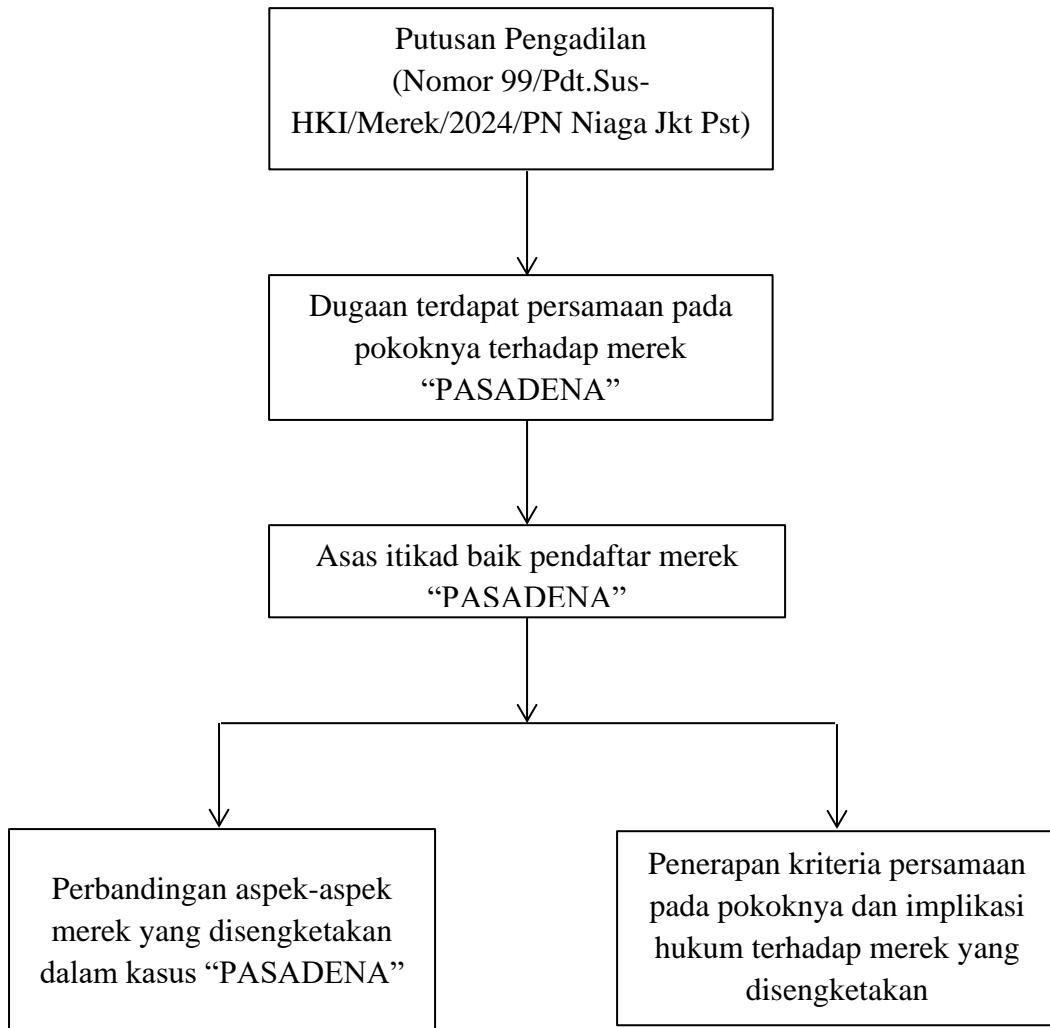
restatement. Berdasarkan *restatement* yang dimaksud, terdapat tiga unsur utama dalam prinsip itikad baik dan transaksi jujur, yaitu⁴²:

1. Pertama, itikad baik dan transaksi jujur merupakan prinsip fundamental yang menjadi dasar pembentukan kontrak.
2. Kedua, dalam UPICCS (*UNIDROIT Principles of International Commercial Contracts*), prinsip itikad baik dan transaksi jujur sangat ditekankan dalam konteks praktik perdagangan internasional.
3. Ketiga, prinsip ini bersifat mengikat dan wajib dipatuhi, dengan tujuan untuk memastikan penerapan itikad baik (*good faith*) dan kewajaran (*fair dealing*) dalam setiap transaksi komersial lintas negara.

Asas itikad baik memegang peranan penting sebagai landasan utama dalam proses pendaftaran Hak Merek, yang menegaskan bahwa hanya pemilik yang bertindak dengan niat baik yang berhak mengajukan permohonan. Prinsip ini tidak hanya menjadi kewajiban normatif dalam hukum nasional berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016, tetapi juga diakui secara universal dalam hukum kontrak internasional sebagai syarat mutlak untuk menjamin keadilan dan kepatutan dalam setiap hubungan hukum. Dengan demikian, penerapan asas itikad baik memastikan bahwa hak eksklusif yang diberikan tidak disalahgunakan dan mendorong transaksi yang jujur serta adil dalam praktik perdagangan, baik di tingkat nasional maupun internasional.

⁴²Cindawati, Prinsip Good Faith (Itikad Baik) dalam Kontrak Bisnis Internasional, *Mimbar Hukum*, Vol.26, No.2, Juni 2014, hlm.191.

2.7. Kerangka Pikir



Gambar 2 Kerangka Pikir

Keterangan:

Penelitian ini berangkat dari kasus sengketa merek ‘‘PASADENA’’ yang diputus Pengadilan Niaga Jakarta Pusat, menyangkut permohonan pendaftaran merek yang ditolak karena dinilai memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek lain yang telah terdaftar. Persoalan utama dalam kasus ini adalah bagaimana penerapan kriteria persamaan pada pokoknya dan asas itikad baik dalam proses pendaftaran serta sengketa merek menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Dalam proses pendaftaran ini kriteria persamaan pada pokoknya menjadi tolok ukur penting untuk menilai apakah suatu merek memiliki kemiripan signifikan dengan merek lain yang sudah terdaftar, baik dari segi visual, fonetik, maupun konseptual, sehingga dapat menimbulkan kebingungan di kalangan konsumen. Selain itu, asas itikad baik menjadi prinsip penting untuk pendaftar bertindak jujur tanpa niat meniru atau memanfaatkan merek pihak lain secara tidak sah.

Kasus sengketa merek “PASADENA” menjadi fokus utama penelitian ini, dimana Komisi Banding Merek menolak permohonan pendaftaran merek itu dengan alasan adanya persamaan pokok dengan merek terdaftar milik pihak lain. PT Kemilau Karya Utama sebagai pemohon merasa keberatan dan mengajukan gugatan ke pengadilan dengan argumen bahwa mereka mendaftarkan merek dengan itikad baik dan terdapat perbedaan signifikan antara kedua merek terkait. Putusan pengadilan yang membantalkan keputusan Komisi Banding dan memerintahkan penerbitan sertifikat merek menjadi titik penting untuk dianalisis secara yuridis, khususnya terkait penerapan asas itikad baik dan kriteria persamaan pada pokoknya dalam konteks perlindungan merek di Indonesia.

III. METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian hukum normatif. Jenis penelitian hukum ini juga dikenal dengan istilah penelitian hukum doktrinal, penelitian ini dilakukan dengan cara mengkaji dokumen-dokumen hukum. Sumber-sumber yang digunakan meliputi peraturan perundang-undangan, putusan atau ketetapan pengadilan, kontrak atau perjanjian, teori-teori hukum, serta pendapat para pakar hukum. Penelitian ini sering pula disebut sebagai penelitian kepustakaan atau studi dokumen.⁴³ Dalam penelitian ini memfokuskan pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dan putusan pengadilan Nomor 99/Pdt.Sus-HKI/Merek/2024/PN Niaga Jkt Pst.

3.2. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah penelitian hukum deskriptif, yang bertujuan untuk memberikan gambaran secara rinci dan menyeluruh mengenai keadaan hukum yang sedang berlaku di suatu tempat dan waktu tertentu. Dalam jenis penelitian hukum deskriptif ini, biasanya peneliti telah memiliki data awal ataupun pengetahuan dasar terkait masalah yang akan diteliti. Selain itu, penelitian ini seringkali menggunakan dasar teori atau hipotesis sebagai landasan analisis.⁴⁴ Penelitian ini juga bertujuan untuk memaparkan fenomena yuridis yang ada, atau peristiwa hukum tertentu seperti penolakan pendaftaran “PASADENA” karena diduga terdapat persamaan pada pokoknya dengan merek lain.

⁴³Wiwik Sri Widiarty, *Buku Ajar Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: Publika Global Media, 2024), hlm. 26-27.

⁴⁴Abdulkadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum* (Bandung : Citra Aditya Bakti, 2004) hlm. 50.

3.3. Pendekatan Masalah

Penelitian ini menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*). Pendekatan ini berarti menelaah semua peraturan perundang-undangan dan regulasi yang berhubungan dengan isu hukum yang diteliti.⁴⁵ Pendekatan tersebut dipilih karena penelitian difokuskan pada analisis dan pemeriksaan ketentuan hukum yang mengatur merek, yaitu Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Ketentuan tersebut relevan dengan kasus pembatalan merek oleh Komisi Banding Merek terkait penolakan permohonan pendaftaran merek “PASADENA”.

3.4. Data dan Sumber

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah jenis data yang digunakan dalam penelitian hukum normatif dan berasal dari sumber-sumber yang sudah ada. Data ini terbagi menjadi dua kategori utama. Pertama, bahan hukum yang langsung berasal dari hukum itu sendiri, seperti perundang-undangan, dokumen hukum, putusan pengadilan, laporan hukum, dan catatan hukum. Kedua, bahan hukum yang berasal dari ilmu pengetahuan hukum, yaitu berupa ajaran atau doktrin hukum, teori hukum, pendapat hukum, serta ulasan hukum. Data sekunder ini menjadi dasar penting dalam analisis dan kajian hukum normatif.⁴⁶ Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:⁴⁷

1. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer memiliki kekuatan mengikat secara umum, seperti peraturan perundang-undangan, atau yang hanya mengikat pihak-pihak terkait saja, seperti kontrak, konvensi, dokumen hukum, dan putusan hakim. Bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- a) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.
- b) Putusan Pengadilan Nomor 99/Pdt.Sus-HKI/Merek/2024/PN Niaga Jkt Pst

⁴⁵Wiwik Sri Widiarty, *Op. Cit.* hlm. 119

⁴⁶Abdulkadir Muhammad, *Op. Cit.* hlm.121-122

⁴⁷Wiwik Sri Widiarty, *Op. Cit.* hlm. 127-128

2. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder ini merupakan sumber yang memberikan penjelasan dan pemahaman lebih mendalam terhadap bahan hukum primer. Contohnya meliputi buku-buku ilmu hukum, jurnal hukum, laporan hukum, serta berbagai sumber informasi yang berasal dari media cetak maupun media elektronik.

3. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier merupakan sumber hukum yang berfungsi sebagai pelengkap dan memberikan penjelasan lebih lanjut terhadap bahan hukum primer maupun sekunder. bahan hukum tersier ini meliputi berbagai jenis referensi seperti rancangan undang-undang, kamus hukum, ensiklopedia serta Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI).

3.5. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi:⁴⁸

1. Studi Kepustakaan

Studi pustaka adalah pengkajian informasi tertulis mengenai hukum dari berbagai sumber yang tersebar luas dan penting dalam penelitian hukum normatif. Proses ini dimulai dengan mengidentifikasi sumber bahan hukum melalui katalog perpustakaan atau langsung ke sumbernya, seperti undang-undang dengan nomor, tahun, dan lembaran negaranya, atau buku hukum dengan judul, tahun terbit, dan penerbitnya. Selanjutnya, peneliti menginventarisasi bahan yang diperlukan dengan mencatat bagian atau pasal terkait dari produk hukum terkait. Setiap bahan hukum dicatat dan diklasifikasikan berdasarkan sumber dan urutan perolehannya. Akhirnya, bahan hukum itu dianalisis sesuai dengan permasalahan dan tujuan penelitian.

2. Studi Dokumen

Metode pengumpulan data melalui studi dokumen yaitu pengkajian terhadap informasi tertulis tentang hukum yang tidak dipublikasikan secara luas, namun dapat diakses oleh kalangan tertentu seperti pengajar, peneliti, dan praktisi hukum untuk keperluan kajian, pengembangan, atau praktik hukum. Dokumen

⁴⁸Abdulkadir Muhammad, *Op. Cit.* hlm. 81-83.

hukum ini biasanya tidak tersedia di perpustakaan umum, melainkan disimpan di Pusat Informasi dan Dokumentasi Hukum yang terdapat di lembaga negara, institusi penegak hukum, perguruan tinggi hukum, atau perusahaan yang menggunakan dokumen itu dalam kegiatan bisnisnya.

3.6. Metode Pengolahan Data

Setelah data dikumpulkan, tahap berikutnya adalah pengolahan data agar dapat digunakan untuk menganalisis masalah yang diteliti. Pengolahan data dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu⁴⁹:

1. Pemeriksaan Data (*editing*): Merupakan proses memastikan bahwa data yang dikumpulkan sudah lengkap, relevan, jelas, tidak berlebihan, dan bebas dari kesalahan.
2. Penandaan Data (*coding*): Adalah proses memberikan tanda pada data yang diperoleh, baik berupa nomor, simbol, atau kata tertentu yang menunjukkan kategori atau klasifikasi data berdasarkan jenis dan sumbernya. Tujuannya adalah untuk menyajikan data dengan baik, memudahkan rekonstruksi, serta analisis data. Untuk data sekunder seperti literatur, biasanya ditandai dengan sumber data (penulis), tahun terbit, dan halaman. Sedangkan untuk data sekunder berupa perundang-undangan, tanda yang diberikan meliputi nomor undang-undang, tahun penerbitan, judul, Pasal, nomor lembaran negara, dan tahun lembaran negara diterbitkan.
3. Penyusunan/Sistematisasi Data (*constructing/systematizing*): Merupakan kegiatan mengorganisir data yang sudah diperiksa, diberi tanda secara sistematis, dan data dikelompokkan berdasarkan klasifikasi dan urutan masalah. Penyusunan ini bertujuan untuk mempermudah proses analisis data.

⁴⁹Ibid, hlm. 91.

3.7. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara kualitatif berarti data dijabarkan secara mendalam dan disusun dalam kalimat yang jelas, terstruktur, logis, tidak saling bertindihan, serta mudah dipahami. Hal ini mempermudah proses penafsiran data dan pemahaman hasil analisis. Analisis yang komprehensif menunjukkan bahwa data ditelaah dengan seksama dari berbagai sudut pandang sesuai dengan cakupan penelitian. Selain itu, analisis yang lengkap berarti semua aspek data diperhatikan tanpa ada yang terlewatkan.⁵⁰

⁵⁰*Ibid*, hlm. 127.

V. PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil peneltian dan pembahasan dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Perbandingan Merek milik Penggugat menampilkan identitas visual yang khas dengan logo daun palem dan komposisi kata yang unik, sementara merek penolak menggunakan frasa yang lebih generik tanpa logo pendukung. Dari segi konsep, merek Penggugat mencerminkan identitas khusus di bidang properti dan manajemen bisnis, berbeda dengan merek penolak yang merepresentasikan Pusat perbelanjaan atau butik secara umum. Perbedaan dalam penulisan juga jelas terlihat melalui jumlah huruf, susunan kata, dan penggunaan warna, yang semakin menegaskan keunikan masing-masing merek. Selain itu, aspek fonetik menunjukkan bahwa meskipun keduanya menggunakan kata "PASADENA," penambahan kata lain menyebabkan perbedaan bunyi yang signifikan sehingga mengurangi potensi kebingungan di kalangan konsumen. Dengan demikian, keseluruhan perbedaan ini memperkuat argumen bahwa kedua merek merupakan entitas yang berbeda secara jelas dan tidak menimbulkan risiko salah pengertian di pasar.
2. Penerapan persamaan pada pokoknya dalam sengketa merek "PASADENA" milik Penggugat melalui putusan Nomor 99/Pdt.Sus-HKI/Merek/2024/PN Niaga Jkt Pst. menjadi dasar penolakan permohonan pendaftaran merek dengan merek lain yang diajukan Komisi Banding Merek. Karena merasa dirugikan atas keputusan tersebut, PT. Kemilau Karya Utama mengajukan gugatan ke Pengadilan Niaga Jakarta Pusat. Dalam perkara ini, penerapan kriteria persamaan pokok oleh Komisi Banding Merek tidak dapat dijadikan alasan

tunggal untuk menolak permohonan pendaftaran merek, mengingat kata “PASADENA” merupakan istilah umum yang dapat digunakan selama terdapat unsur tambahan dan daya pembeda yang jelas. Merek Penggugat memiliki unsur tambahan berupa kata “*The*” dan “*Spring*” serta logo daun palem, sementara merek penolak hanya menggunakan tulisan “Pasadena Boutique Shop” tanpa logo. PT. Kemilau Karya Utama dianggap mendaftarkan mereknya dengan itikad baik karena tidak terdapat bukti pendaftaran dilakukan untuk meniru atau merugikan pihak lain, serta pendaftaran ini bertujuan mengembangkan merek yang sebelumnya telah didaftarkan di kelas berbeda. Pengadilan memutuskan untuk membantalkan putusan Komisi Banding Merek serta memerintahkan penerbitan Sertifikat Pendaftaran Merek Jasa Agenda Nomor JID2022058803 Kelas 35 atas nama Penggugat dan pencatatan pendaftarannya dalam Daftar Umum Direktorat Merek dan Indikasi Geografis.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Fitri, Rahma, dkk. (2022). *Hak Kekayaan Intelektual*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Hidayah, Khoirul. (2017). *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. Malang: Setara Press.
- Muhammad, Abdulkadir. (2004). *Hukum dan Penelitian Hukum*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Nainggolan, Bernard. (2022). *Buku Ajar Hukum Kekayaan Intelektual*. Yogyakarta: Publika Global Media.
- Putri, Debi Eka, dkk. (2021). *Brand Marketing*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Ramadhan, dkk. (2023). *Buku Ajar Hak Kekayaan Intelktual*. Medan: Universitas Medan Area Press.
- Siregar, Dahrис. (2022). *Buku Ajar Hak Kekayaan*. Padang Sidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Widiarty, Wiwik Sri. (2024) *Buku Ajar Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Publika Global Media.
- Yulia. (2021). *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. Lhokseumawe: CV. Sefa Bumi Persada.

JURNAL

- Andoko, dkk. (2017). Membangun Konsep Ideal Penerapan Asas Itikad Baik dalam Hukum Perjanjian, *Jurnal Hukum Responsif FH UNPAB*, 5(2), 53-68.
- Alvisalia, Yelma Nomida. (2024). Perjanjian Koeksistensi Merek dan Letter of Consent terhadap Pendaftaran Merek dengan Unsur Persamaan pada Pokoknya, *Jurnal Syntax Admiration*, 5(12), 5678-5689.

- Anugrahwati, Lulis Mardiana. (2014). Pentingnya Pendaftaran Merek Suatu Produk, *Jurnal Polines*, 15, 209-214.
- Bakadam, Shafa, (2022), "Terdaftarnya Kata Umum 'Ajaib' Sebagai Merek Pada Daftar Umum Merek," *Reformasi Hukum Trisakti*, 4(2), 467-474.
- Cindawati, (2014). Prinsip *Good Faith* (Itikad Baik) dalam Kontrak Bisnis Internasional, *Mimbar Hukum*, 26(2), 181-193.
- Edyson, David, dkk. (2024). Perlindungan Hukum Mengenai Hak Atas Kekayaan Intelektual, *Jurnal Kewarganegaraan*, 8(1), 930-939.
- Nurlaili, Elly, dkk. (2024). *Protection for Micro, Small and Medium Enterprises Based on Indonesian Law. International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 11(5), 161-166.
- Eno, La Radi, dkk.. (2023). Pembatalan Merek Terkait Adanya Persamaan Pada Pokoknya dengan Merek Terkenal (Studi Putusan Nomor 43/Pdt.Sus-MEREK/2019/PN.Niaga.Jkt.Pst), *IUS FACTI: Jurnal Berkala Fakultas Hukum*, 2(2), 1-12.
- Haryadi, Raden Eddy. (2010). Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Merek Terhadap Pelanggaran Merek Menurut UU Merek Indonesia, *Yuriska*, 1(2), 124-130.
- Herdiyana, dkk. (2018). Studi Keputusan Pembelian Konsumen Berdasarkan Loyalitas Merek, *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 2(1), 24-36.
- Jaya, Belardo Prasetya Mega, dkk. (2022). Kebijakan Pemerintah Tentang Merek Dalam Memberikan Perlindungan Hukum Terhadap UMKM, *Jurnal Ilmiah Advokasi*. 10(2), 98-105.
- Kasmawati, dkk. (2023). *Urgency of Protection of Intellectual Property Rights in the Era of Economic Globalization, International Journal of Social Science And Human Research*, 6(3), 101-107.
- Lumopa, Farly, dkk. (2018). Itikad Baik Dalam Pendaftaran Merek Terkenal di Indonesia, *Jurnal Yuridis*, 5(2), 277-293.
- Widiantoro, Rouf Fajrin. (2022). Pendaftaran Merek Sebagai Sarana Perlindungan Hukum, *Jurnal Lex Renaissance*, 7(2), 416-426.
- Manurung, Liza Anggelina, dkk. (2025). Tinjauan Yuridis Terkait Penerapan Persamaan pada Pokoknya untuk Barang dan/atau Jasa Sejenis yang Belum Terdaftar ditinjau dari Undang - Undang Nomor 20 Tahun 2016

Tentang Merek dan Indikasi Geografis, *Federalisme : Jurnal Kajian Hukum dan Ilmu Komunikasi*, 2(2), 54-67.

Munzier, Dhiya Zielfita, dkk. (2024). "Perubahan Identitas Visual: Kajian Makna dan Pesan dari Rebranding Logo Perusahaan Saudagar Property" *JIIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 7(7), 6840-6846.

Nugroho, Oktavianto Setyo. (2024). Penggunaan Merek Kolektif Sebagai Upaya Perlindungan Hukum Produk Makanan Pelaku UMKM Di Kota Semarang Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis, *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 14099–14120.

Saadah, Nailis, dkk. (2023). Analisis Kebijakan Sistem Penerimaan Peserta Didik Baru Serta Implikasinya Terhadap Kualitas Pendidikan, *AL-QALAM : Jurnal Kajian Islam & Pendidikan*, 15(2), 227-238.

Sunarto, Atika, dkk. (2023). Implementasi Hukum Terhadap Merek Sebagai Konsep Hak Kekayaan Intelektual. *Jurnal Preferensi Hukum*, 4(3), 389-395.

Clara, Sylvia Lesmana, dkk. (2025). Perlindungan Hukum Merek di Indonesia Secara Preventif dan Penegakan Represif Berdasarkan Undang-Undang No 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, *Jurnal Hukum dan Kewarganegaraan*, 14(2), 2025, 131-140.

Utama, Yuliana, dkk. (2021). Perlindungan Merek Berbasis Tingkat Daya Pembeda Ditinjau dari Doktrin Dilusi Merek di Indonesia, *ACTA DIURNAL Jurnal Ilmu Hukum Kenotariatan*, 5(1), 139-153.

PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN

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

SUMBER LAIN

WEBSITE

AFFA Intellectual Property Rights. "*Dasar Hukum Perlindungan Merek di Indonesia.*" AFFA. Diakses 29 April 2025.

Britannica. "*Pasadena / California, Maps, History, and Facts*". Diakses 25 Agustus 2025.

Digilaw. "Tantangan dan Peluang Hak Kekayaan Intelektual dalam Teknologi." Digilaw. Diakses 8 Maret 2025.

Direktorat Merek dan Indikasi Geografis. "Dasar Penolakan Relatif." Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual, Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia. Diakses 9 Maret 2025.

Pujiati, "Aturan Penulisan Merek dalam Teks" Deepublish, Diakses 13 September 2025.

World Intellectual Property Organization (WIPO), "Membuat Sebuah Merek: Pengantar Merek untuk Usaha Kecil dan Menengah" (Jakarta: Kamar Dagang dan Industri Indonesia, 2008), Diakses 21 September 2025.