

# Sengketa Merek POSKOTA: Studi Kasus Putusan Mahkamah Agung Nomor 39/Pdt.Sus-Merek/2022/PN.Niaga Jkt.Pst

Syifa Ginia Elisa

Universitas Al Azhar Indonesia

Email: giniaelisa18@gmail.com

**Received:**

11-11-2025

**Revised:**

20-11-2025

**Accepted:**

30-11-2025

**Published:**

01-12-2025

**License:**

Copyright (c)  
2025 Syifa Ginia  
Elisa

This work is  
licensed under a  
Creative  
Commons  
Attribution-  
NonCommercial  
4.0 International  
License.



**Abstract:** This study aims to explain the trademark infringement case between POSKOTA owned by PT. Media Antarkota Jaya and POSKOTAKO owned by PT. Media Suara Millenial as stated in the Supreme Court Decision Number 39/Pdt.Sus-Merek/2022/PN Niaga Jkt.Pst. In this case, PT. Media Antarkota Jaya, as the owner of the POSKOTA trademark, which felt aggrieved, filed a lawsuit to cancel the POSKOTAKO trademark owned by PT. Media Suara Millenial. The main issue in this case was the violation of a trademark that was considered similar. The Panel of Judges accepted the plaintiff's lawsuit in its entirety and ordered the defendant to remove or cancel the registration of the POSKOTAKO trademark. The problem formulation in this study focuses on the application of the principles of truth and good faith in the Supreme Court's decision, as well as the legal considerations that formed the basis for the Supreme Court's response to the lawsuit. This study refers to the theory of the principles of truth and good faith, and uses a case approach with a normative juridical method, namely by examining trademark law provisions and relating them to Supreme Court Decision Number 39/Pdt.Sus-Merek/2022/PN.Niaga Jkt.Pst concerning the POSKOTA Trademark Dispute. The results of this study show that PT Media Antarkota had already registered the trademark and submitted it to the ministry under the First to File principle. The First to File principle is a principle in the trademark registration system in Indonesia which stipulates that the owner of a trademark that has been officially registered with the ministry is entitled to legal protection. However, if evidence is found that the registration process was not in good faith and violated laws and regulations, this principle can be set aside. This principle serves to provide legal protection and official rights to trademarks that have been registered in advance by their owners. That way, ownership rights become clearer and conflicts in trademark protection can be minimized. This principle begins with the submission of a trademark registration application, formal and substantive examination by the DJKI, and a public announcement period. If there are objections from third parties who feel aggrieved due to trademark infringement by other parties, they have the right to file a trademark cancellation request in accordance with the provisions stipulated in Articles 20 and 21 of Law Number 20 of 2016 concerning Trademarks and Geographical Indications.

**Keywords:** Trademark, Judicial Considerations, Lawsuit.

**Abstrak:** Kasus pelanggaran merek antara POSKOTA milik PT. Media Antarkota Jaya dan POSKOTAKO milik PT. Media Suara Millenial

Syifa Ginia Elisa

DOI: <https://doi.org/10.31599/sasana.v11i2.4832>

Available online at: <http://ejurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/SASANA>

tercantum dalam Putusan Mahkamah Agung Nomor 39/Pdt.Sus-Merek/2022/PN Niaga Jkt.Pst. Dalam perkara ini, PT. Media Antarkota Jaya sebagai pemilik merek POSKOTA yang merasa dirugikan mengajukan gugatan pembatalan terhadap merek POSKOTACO milik PT. Media Suara Millenial. Pokok perkara dalam kasus ini adalah adanya melanggar terhadap merek dagang dianggap serupa. Majelis Hakim menerima gugatan penggugat sepenuhnya dan memerintahkan tergugat untuk menghapus atau membatalkan pendaftaran merek POSKOTACO. Rumusan masalah dalam penelitian ini berfokus pada penerapan asas kebenaran dan itikad baik dalam putusan Mahkamah Agung tersebut, serta pertimbangan hukum apa yang menjadi dasar Mahkamah Agung dalam menyikapi gugatan. Penelitian ini mengacu pada teori asas kebenaran dan itikad baik, serta menggunakan pendekatan kasus dengan metode yuridis normatif, yakni dengan menelaah ketentuan hukum merek dan mengaitkannya pada Putusan Mahkamah Agung Nomor 39/Pdt.Sus-Merek/2022/PN.Niaga Jkt.Pst tentang Sengketa Merek POSKOTA. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PT Media Antarkota telah lebih dahulu mendaftarkan merek tersebut dan telah mengajukan ke kementerian dengan prinsip First to File. Prinsip First to File adalah prinsip dalam sistem pendaftaran merek di Indonesia yang menetapkan bahwa pemilik merek dagang yang telah terdaftar pada kementerian dengan cara resmi mendapat hak atas perlindungan hukum tersebut. Namun, jika bukti ditemukan bahwa proses pendaftaran tidak beritikad baik dan melanggar peraturan perundang-undangan, prinsip ini dapat dikesampingkan. Prinsip ini berfungsi untuk memberikan perlindungan hukum dan hak resmi atas merek yang telah didaftarkan terlebih dahulu oleh pemiliknya. Dengan begitu, hak kepemilikan menjadi lebih jelas dan konflik dalam perlindungan merek dapat diminimalisir. Metode prinsip ini diawali dengan pengajuan permohonan pendaftaran merek, pemeriksaan formal dan substantif oleh DJKI, serta masa pengumuman. Jika terdapat keberatan dari pihak ketiga yang merasa dirugikan karena pelanggaran sesama merek oleh pihak lain, maka berhak untuk mengajukan permohonan pembatalan merek sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam Pasal 20 dan 21 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

**Kata kunci:** Merek, Pertimbangan Hakim, Gugatan

## PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis dan industri, kekayaan intelektual merupakan salah satu aset yang sangat berharga. Kekayaan intelektual adalah istilah yang mengacu pada hak-hak hukum yang diberikan kepada individu atau kelompok atas karya intelektual mereka, seperti paten, merek dagang, hak cipta, dan rahasia dagang<sup>1</sup>. Dengan adanya merek, suatu produk bisa memiliki nilai jual yang tinggi. Dalam dunia bisnis, sebuah merek kadang memiliki nilai yang tinggi dan mampu memberikan tambahan harga pada

<sup>1</sup> Lindsey, T., Damian, E., Butt, S., & Utomo, T. S. (2003). Hak Kekayaan Intelektual (Suatu Pengantar). Bandung: PT. Alumni.

Kemenparekraf. (2021). Pentingnya Pemahaman Hak Kekayaan Intelektual dalam Ekonomi Kreatif. <https://www.kemenparekraf.go.id/ragam-ekonomi-kreatif/Pentingnya-Pemahaman-Hak-Kekayaan-Intelektual-dalam-Ekonomi-Kreatif>

produk, bahkan hingga melampaui nilai perusahaan yang memproduksinya<sup>2</sup>. Dalam kata lain, merek bukan hanya sekadar label, melainkan sebuah lambang yang mencerminkan kepribadian atau individualitas dari hasil usaha suatu perusahaan ketika diperdagangkan di pasaran<sup>3</sup>.

Merek merupakan bagian dari Hak Atas Kekayaan Intelektual dimana memiliki peran penting untuk membedakan suatu produk barang atau dasa dijadikan sebagai salah satu karya intelektual manusia yang hubungannya berkaitan dengan kegiatan atau aktivitas ekonomi dan perdagangan<sup>4</sup>. Melalui merek dagang, pelaku usaha dapat menjaga dan menjamin kualitas barang dan jasa yang dihasilkannya (*quality assurance*) dan mencegah terjadinya persaingan tidak sehat (*competition*) oleh pelaku usaha jahat yang mencoba memanfaatkan reputasinya<sup>5</sup>.

Permohonan pendaftaran merek harus diajukan secara tertulis dalam bahasa Indonesia kepada Direktorat Jenderal, dilampirkan dengan bukti pembayaran biaya dan ditandatangani oleh pemohon atau kuasanya. Pemohon bisa terdiri dari satu atau lebih dari satu orang atau badan hukum. Jika permohonan diajukan lebih dari satu pemohon yang secara bersama-sama berhak atas merek tersebut, semua nama pemohon dicantumkan dengan memilih salah satu alamat sebagai alamar mereka, dan permohonan ditandatangani oleh salah satu dari pemohon yang berhak atas merek tersebut dengan melampirkan persetujuan tertulis dari pemohon yang mewakili<sup>6</sup>.

Meskipun semua ketentuan mengenai merek telah diatur dalam Undang-Undang Merek, dalam praktiknya masih banyak pelaku usaha dan pengawas yang tidak mematuhi aturan tersebut, yang menyebabkan sering terjadinya pelanggaran terhadap Undang-Undang Merek. Salah satu contoh sengketa merek yang terjadi adalah perselisihan antara POSKOTA milik PT. Media Antarkota Jaya dan POSKOTACO milik PT. Media Suara Millennial. Kedua merek tersebut beroperasi di bidang media dan sudah terdaftar di Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual<sup>7</sup>.

<sup>2</sup> Jened, R. (2015). Hukum Merek (Trademark Law) dalam Era Global dan Integrasi Ekonomi. Jakarta: Kencana.

<sup>3</sup> Miru, A. (2007). Hukum Merek: Cara Mudah Mempelajari Undang-Undang Merek. Jakarta: Rajawali Press.

<sup>4</sup> Permatasari, A., Agustin, R. A., & Aditya, D. (2024). Pengaruh Hak Merek terhadap Strategi Pemasaran dan Diferensiasi Produk di Indonesia. Doktrin: Jurnal Dunia Ilmu Hukum Dan Politik, 2(3), 149–162.

<sup>5</sup> Gunawan, Y. (2022). Penyelesaian Sengketa Merek Terdaftar dan Merek Terkenal dalam Mewujudkan Perlindungan Hukum. Iblam Law Review, 2(2), 141–164. <https://doi.org/10.52249/ilr.v2i2.80>

<sup>6</sup> UU Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis Pasal 4 Ayat (2).

<sup>7</sup> Rahma, A. N., & Mahmudah, S. (2023). Tinjauan Yuridis Kasus Persamaan Merek Poskota dan Poskotaco (Studi Kasus Putusan No. 39 /Pdt.Sus-Merek/2022/PN.Niaga.Jkt.Pst). AL-MANHAJ: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam, 5(1), 567–578. <https://doi.org/10.37680/almanhaj.v5i1.2494>

Putusan Mahkamah Agung Nomor 39/Pdt.Sus-Merek/2022/PN.Niaga.Jkt.Pst. <https://putusa3n3.maihkma3maiha3gung.go.id/direktori/index/ka3tegori/merek/taihunjenis/putus/taihun/putus/paige/2.html>

PT. Media Antarkota Jaya menggugat PT. Media Suara Millennial serta Pemerintah Republik Indonesia melalui Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, untuk membatalkan merek POSKOTACO. Gugatan tersebut didasarkan pada alasan bahwa merek POSKOTACO memiliki persamaan substansial dengan merek POSKOTA yang digunakan untuk jasa sejenis. Media online POSKOTACO diduga memiliki intikad tidak baik dan dianggap sebagai bentuk persaingan yang tidak sehat.

## II. METODE PENELITIAN

Metode penelitian dalam penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif. Metode yang digunakan adalah penelitian normatif dengan mengandalkan bahan kepustakaan yang berkaitan dengan perundang-undangan yang berlaku. Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan informasi dan data sekunder yang telah dikumpulkan dan dipublish dengan para pihak lain, kemudian menerapkannya untuk mencapai tujuan tertentu. Penelitian ini menggunakan pendekatan perundang-undangan dengan menelaah berbagai regulasi yang berkaitan, seperti Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, serta pendekatan kasus melalui analisis terhadap Putusan Mahkamah Agung Nomor 39/Pdt.Sus-Merek/2022/PN.Niaga Jkt.Pst. Teknik atau cara penyatuan data yang dilakukan dengan studi kepustakaan secara memanfaatkan dokumen-dokumen sebagai sumber utama, yang kemudian dikaji, dibaca, dan dianalisis berdasarkan literatur yang relevan<sup>8</sup>.

## III. PEMBAHASAN

**Tinjauan hukum terhadap sengketa persamaan merek didasarkan pada ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.**

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 memberikan kerangka hukum yang jelas bagi perlindungan hak merek dan penanganan sengketa yang mungkin timbul. Suatu merek berfungsi sebagai simbol pengenal yang merepresentasikan identitas perusahaan di hadapan masyarakat. Keberadaan merek tersebut memiliki peran penting dalam

---

<https://putusa3.maihkaimaihaigung.go.id/direktori/index/kategori/merek/taihunjenis/putus/taihun/putus/paige/2.html>

<sup>8</sup> Hajar, M. (2015). Model-Model Pendekatan Dalam Penelitian Hukum dan Fikih. Pekanbaru: UIN Suska Riau.

membangun citra dan reputasi perusahaan. Di Indonesia, sengketa terkait merek dagang cukup sering terjadi dan menjadi isu yang kompleks<sup>9</sup>. Dengan adanya pengaturan yang jelas dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, sengketa persamaan merek dapat ditangani secara hukum dan adil. Hal tersebut penting untuk menjaga keadilan dalam persaingan usaha dan melindungi hak-hak pemilik merek yang sah<sup>10</sup>.

Pada dasarnya prosedur pendaftaran merek tercantum dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 pada Pasal 4 ayat (1) bahwa permohonan pendaftaran Merek diajukan oleh Pemohon atau Kuasanya kepada Menteri secara elektronik atau non-elektronik dalam Bahasa Indonesia. Pasal 4 ayat (2) bahwa dalam permohonan yang dimaksud pada ayat (1) harus mencantumkan:

- 1) Tanggal, bulan, dan tahun Permohonan;
- 2) Nama lengkap, kewarganegaraan, dan alamat Pemohon
- 3) Nama lengkap dan alamat Kuasa jika Permohonan diajukan melalui Kuasa;
- 4) Warna jika Merek yang dimohonkan pendaftarannya menggunakan unsur warna;
- 5) Nama negara dan tanggal permintaan Merek yang pertama kali dalam hal Permohonan diajukan dengan Hak Prioritas; dan
- 6) Kelas barang dan/atau kelas jasa serta uraian jenis barang dan/atau jenis jasa<sup>11</sup>

Menurut Pasal 76 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, pihak yang memiliki kepentingan dapat mengajukan permohonan pembatalan terhadap merek yang telah terdaftar, dengan alasan yang diatur dalam Pasal 20 dan/atau Pasal 21 undang-undang tersebut. Secara umum, merek digunakan oleh produsen atau pemiliknya untuk memberikan perlindungan terhadap produk mereka, baik dalam bentuk barang maupun jasa. Merek memiliki sejumlah peran penting, seperti membedakan produk, menjamin reputasi, berfungsi sebagai alat promosi, mendorong investasi, serta mendukung pertumbuhan industri<sup>12</sup>.

Berdasarkan Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, merek didefinisikan sebagai tanda yang dapat ditampilkan secara grafis, seperti gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, kombinasi warna, baik dalam bentuk dua dimensi maupun tiga dimensi, termasuk suara, hologram, atau

<sup>9</sup> Sudarsono. (2018). Harmonisasi Penyelesaian Sengketa Merek di Pengadilan Tata Usaha Negara dan Pengadilan Niaga. *Jurnal RechtsVinding*, 7(1), 49–65.

<sup>10</sup> Al'Uzma, F., Saidin, O. K., Azwar, T. K. D., & Andriati, S. L. (2023). Analisis Putusan dan Pertimbangan Hakim dalam Perkara Sengketa Merek antara Starbucks Corporation Melawan Sumatera Tobacco Trading Company (Studi Putusan Makamah Agung Nomor 836 K/PDT.SUS-HKI/2022). *Locus Journal of Academic Literature Review*, 2(4), 355–364.

<sup>11</sup> UU Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis Pasal 4 Ayat (2).

<sup>12</sup> Margono, S., & Hadi, L. (2022). *Pembaharuan Perlindungan Merek*. Jakarta: Novinda Pustaka Mandiri.

kombinasi dari dua unsur atau lebih, yang digunakan untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh individu atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan.

Menurut Pasal 1 angka 5 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, hak atas merek adalah hak eksklusif yang diberikan negara kepada pemilik merek terdaftar untuk jangka waktu tertentu. Hak ini memungkinkan pemilik untuk menggunakan merek tersebut secara langsung atau memberikan izin kepada pihak lain melalui lisensi untuk menggunakannya<sup>13</sup>. Oleh karena itu, hak merek tergolong dalam jenis perlindungan Hak Kekayaan Intelektual, yang memberikan wewenang sepenuhnya kepada pemilik merek untuk memanfaatkan atau memberikan izin dalam penggunaan merek tersebut, pada kegiatan perdagangan barang atau jasa sesuai dengan klasifikasi dan jenisnya<sup>14</sup>.

Perlindungan hukum terhadap merek hanya berlaku apabila merek tersebut telah didaftarkan terlebih dahulu di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual di bawah Kementerian Hukum dan HAM. Indonesia menerapkan sistem pendaftaran merek yang bersifat konstitutif, yang berarti bahwa perlindungan hukum hanya diberikan kepada merek yang telah melalui proses pendaftaran resmi. Sistem ini dikenal dengan sebutan *first to file*.

Suatu merek akan mendapatkan perlindungan hukum apabila telah terlebih dahulu didaftarkan pada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual di bawah Kementerian Hukum dan HAM. Indonesia menerapkan sistem pendaftaran merek yang bersifat konstitutif, yang berarti bahwa perlindungan hukum terhadap merek hanya berlaku setelah merek tersebut resmi terdaftar. Sistem ini dikenal dengan istilah *first to file*. Adanya penggunaan sistem konstitutif dimaksudkan agar lebih menjamin adanya kepastian hukum bagi para pemilik merek<sup>15</sup>. Seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya merek, potensi terjadinya pelanggaran pun ikut bertambah, seperti tindakan mendaftarkan merek yang memiliki kemiripan atau kesamaan dalam hal nama maupun logo.

Menurut Philipus M. Hadjon, perlindungan hukum terbagi menjadi dua jenis, yaitu perlindungan hukum preventif dan represif. Perlindungan preventif berkaitan

<sup>13</sup> UU Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis Pasal 4 Ayat (2).

<sup>14</sup> Ardiansyah, Atmoko, D., & Lestari, M. P. (2024). Perlindungan Hukum Bagi Pemilik Hak Merek yang Sudah Terdaftar. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 1(6).

<sup>15</sup> April, J., & Rahaditya, R. (2023). Analisis Proteksi Merek Terdaftar oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual dari Masalah Pelanggaran Merek. *Syntax Literate*; *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 8(11), 6668–6679. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v8i11.14028>

dengan pendaftaran merek, di mana merek yang sudah terdaftar secara resmi tidak bisa diganggu gugat pada pihak lain dan memperoleh perlindungan hukum terhadap klaim yang tidak berdasar<sup>16</sup>. Sementara itu, perlindungan represif berlaku jika terjadi pelanggaran atas hak merek, di mana pemilik merek yang terdaftar dapat menempuh langkah hukum melalui jalur perdata maupun pidana untuk mempertahankan haknya [19].

Seluruh prosedur mengenai pendaftaran merek, mulai dari pengajuan hingga proses pemeriksaan, telah diatur secara komprehensif dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, serta Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek. Dalam pelaksanaannya, pelaku usaha mengajukan permohonan pendaftaran melalui Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual di bawah Kementerian Hukum dan HAM. Sebelum mengajukan, pelaku usaha wajib memperhatikan syarat-syarat serta ketentuan yang tidak diperbolehkan dalam proses pendaftaran merek.

Adapun merek yang tidak dapat didaftarkan telah diatur dalam Pasal 20 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, yang menyatakan bahwa suatu merek tidak bisa didaftarkan apabila:

1. Bertentangan dengan ideologi negara, peraturan hukum, moral, agama, kesuksilaan atau ketertiban umum;
2. Identik atau berhubungan langsung dengan jenis barang atau jasa yang dimohonkan, atau hanya menyebutkan secara langsung;
3. Mengandung unsur yang dapat menimbulkan kesalahpahaman di masyarakat mengenai asal usul, mutu, jenis, ukuran, ragam, atau tujuan penggunaan dari barang atau jasa yang dimohonkan, dan bisa juga merupakan nama varietas tanaman yang dilindungi untuk jenis barang atau jasa sejenis;
4. Memberikan infomasi yang tidak sesuai dengan kualitas, manfaat atau khasiat dari barang atau jasa yang dikasihkan;
5. Tidak memiliki ciri khas atau daya yang berbeda
6. Menggunakan nama atau lambang yang bersifat umum atau milik publik.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dirancang untuk memberikan perlindungan hukum bagi pemilik merek yang telah terdaftar dari tindakan tidak beritikad baik yang dilakukan oleh pelaku usaha lain, yang berpotensi menimbulkan sengketa terkait merek. Meskipun demikian, pelanggaran

---

<sup>16</sup> Philipus, M. H. (1987). Perlindungan Bagi Rakyat di Indonesia. Surabaya: PT. Bina Ilmu.

terhadap merek, khususnya yang berkaitan dengan unsur kemiripan pokok, masih kerap terjadi<sup>17</sup>. Jenis pelanggaran ini dapat menimbulkan kebingungan di masyarakat mengenai asal, hubungan, atau keterkaitan antara produk atau jasa yang bersangkutan. Dalam konteks hukum merek, hal tersebut dikenal dengan istilah *likelihood of confusion*, yang dalam terminologi hukum Indonesia disebut sebagai “persamaan pada pokoknya”<sup>18</sup>.

Apabila suatu merek diduga memiliki kesamaan yang esensial dengan merek lain yang telah terdaftar sebelumnya, hal tersebut dapat menjadi alasan untuk menolak permohonan pendaftarannya. Penolakan berdasarkan adanya kemiripan pokok ini diatur dalam Pasal 21 ayat (1) hingga ayat (3) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Pada dasarnya prosedur pendaftaran merek

Terkait pembatalan pendaftaran merek, pelaksanaannya oleh Menteri didasarkan pada Putusan Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat Nomor 39/Pdt.Sus-Merek/2022/PN Niaga Jkt.Pst tanggal 28 November 2022 jo. Putusan Nomor 379 K/Pdt.Sus-HKI/2023 tanggal 8 Mei 2023, yang telah memperoleh kekuatan hukum tetap sesuai dengan ketentuan Pasal 91 juncto Pasal 92 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis<sup>19</sup>.

Lalu dengan berdasarkan pertimbangan, perlu menetapkan Surat Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia tentang Pembatalan Pendaftaran Merek terdaftar Berdasarkan Putusan Pengadilan, yaitu:

1. Undang – undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis;
2. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2010 tentang kedudukan, Tugas dan Fungsi Kementerian Negara serta susunan organisasi, Tugas dan Fungsi Eselon I Kementerian Negara;
3. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2015 Tentang Kementerian Hukum dan Hak asasi Manusia;

---

<sup>17</sup> Sumanti, J. J., & Merry, E. K. (2022). Akibat Hukum Pemakaian Merek yang Memiliki Persamaan pada Pokoknya Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Lex Privatum, 10(2).

<sup>18</sup> Athariq Aqilla, & Tatty Aryani Ramli. (2022). Adaptasi Likelihood of Confusion dalam Pengaturan Persamaan pada Pokoknya dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Bandung Conference Series: Law Studies, 2(2), 1203–1208. <https://doi.org/10.29313/bcls.v2i2.2903>

Putri, S. A. S. (2019). Unsur Persamaan pada Pokoknya dalam Pendaftaran tentang Merek dan Indikasi Geografis dan Pelanggaran terhadap Merek Terkenal. Aktualita, 2(1).

<sup>19</sup> UU Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis Pasal 4 Ayat (2). Putusan Mahkamah Agung Nomor 39/Pdt.Sus-Merek/2022/PN.Niaga.Jkt.Pst.

4. Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 113/P Tahun 2019 tentang Pembentukan Kementerian Negara dan Pengangkatan Menteri Negara Kabinet Indonesia Maju Priode 2019-20214;
5. Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 29 tahun 2015 tentang organisasi dan Tata kerja Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia republik Indonesia

Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia mengenai pembatalan pendaftaran merek terdaftar berdasarkan putusan pengadilan menetapkan bahwa merek POSKOTACO dicoret dari Daftar Umum Merek. Dengan demikian, pendaftaran merek tersebut dinyatakan batal dan sertifikat merek tidak lagi berlaku terhitung sejak tanggal pencoretan.

Kasus pelanggaran merek ini tercantum dalam Putusan Mahkamah Agung Nomor 39/Pdt.Sus-Merek/2022/PN.Niaga Jkt.Pst, yang melibatkan merek POSKOTA milik PT. Media Antarkota Jaya dan POSKOTACO milik PT. Media Suara Millennial. Kedua merek ini bergerak dalam bidang media dan telah terdaftar di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. PT. Media Antarkota Jaya selaku pihak yang merasa dirugikan mengajukan gugatan terhadap PT. Media Suara Millennial. Inti dari perkara ini adalah adanya pelanggaran merek akibat kemiripan yang signifikan antara kedua merek tersebut.

**Analisis Putusan Putusan Mahkamah Agung No. 39/Pdt.Sus-Merek/2022/PN.Niaga Jkt.Pst.**

Dengan mempertimbangkan bahwa keputusan Pengadilan Niaga di Pengadilan Negeri Jakarta Pusat telah diterbitkan berdasarkan kuasa dari Pemohon Kasasi pada 28 November 2022, selanjutnya Pemohon Kasasi mengajukan permohonan kasasi pada 9 Desember 2022. Permohonan tersebut berdasarkan isi dari Akta Permohonan Kasasi No. 45 K/Pdt.Sus-HKI/2022/PN.Niaga.Jkt.Pst juncto No. 39/Pdt.Sus-Merek/2022/PN.Niaga Jkt.Pst. Plt. Panitera Pengadilan Niaga di Pengadilan Negeri Jakarta Pusat telah menerima memori kasasi pada 22 Desember 2022.



Gambar 1. Logo POSKOTA dan POSKOTACO

Merek POSKOTACO yang dimiliki oleh tergugat menunjukkan kesamaan dasar dengan merek POSKOTA milik penggugat, baik dalam penulisan kata, pemakaian huruf besar, maupun struktur dan gaya penyajianya yang hampir identik. Perbedaan warna hanya terdapat pada tampilan visual, di mana merek Penggugat menggunakan warna hitam secara keseluruhan, sementara merek Tergugat terdiri dari kombinasi warna biru, merah, dan kuning. Namun, keduanya tetap menggunakan huruf kapital. Dari sisi pelafalan, terdapat kesamaan bunyi, dengan perbedaan kecil pada penambahan akhiran "CO" pada merek milik Tergugat, yang kemungkinan berarti "*company*" atau "*corporation*". Biasanya, penambahan kata ini dimaksudkan untuk menandakan sebuah perusahaan atau entitas bisnis. Namun, hal tersebut tidak cukup untuk membedakan merek yang dimilikinya dengan merek milik POSKOTA secara hukum. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa merek POSKOTACO memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek POSKOTA milik Penggugat.

Tergugat yang mendaftarkan merek POSKOTACO diketahui sebagai mantan karyawan surat kabar POSKOTA, sehingga ada dugaan bahwa pendaftaran merek tersebut dilakukan dengan tujuan untuk meniru, menjiplak, atau memanfaatkan reputasi merek milik Penggugat demi kepentingan bisnis pribadi. Tindakan ini menciptakan persaingan usaha yang tidak sehat serta berpotensi menyesatkan atau membingungkan konsumen, sebagaimana diatur dalam Pasal 21 ayat (3) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Tergugat menghadirkan dua orang saksi ahli untuk meyakinkan Majelis Hakim bahwa merek POSKOTACO tidak memiliki kesamaan pada pokoknya dengan merek POSKOTA dan tidak didaftarkan dengan itikad buruk. Saksi ahli pertama, Wina Armada, S.H., berpendapat bahwa kemiripan nama media bukanlah hal yang bermasalah. Ia memberikan contoh sejumlah media cetak yang memiliki nama hampir serupa, seperti Koran Benih Merdeka dan Koran Merdeka. Ia juga menyampaikan bahwa media cetak dan media daring merupakan dua bentuk usaha yang berbeda, karena masing-masing diatur oleh peraturan serta lembaga pengawas yang berbeda. Misalnya, media daring tunduk pada regulasi Kementerian Komunikasi dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), sementara media cetak diatur dalam Undang-Undang Pers No. 40 Tahun 1999 dan diawasi oleh Dewan Pers.

Sementara itu, saksi ahli kedua, DR. FX Suyud Margono, S.H., M.Hum., FCIArb menyatakan bahwa merek yang telah memperoleh sertifikat pendaftaran berarti telah melalui proses pemeriksaan substantif. Dalam proses ini, permohonan merek akan

ditelaah apakah terdapat persamaan pada pokoknya atau indikasi pendaftaran dengan itikad buruk, sesuai dengan ketentuan dalam Pasal 20 dan Pasal 21 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Ia juga menambahkan bahwa karena merek POSKOTA milik Penggugat terdaftar dalam kelas 16 dan merek POSKOTACO milik Tergugat berada di kelas 41, maka keduanya berbeda baik dari sisi klasifikasi usaha maupun cara penyebaran berita, sehingga menurutnya tidak ada permasalahan hukum karena keduanya telah terdaftar di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual<sup>20</sup>.

Menurut Saya, putusan Mahkamah Agung sesuai dengan prinsip *First to File*, karena asas ini mengutamakan tanggal pendaftaran sebagai dasar pemberian hak merek dan perlindungan hukum penuh kepada pendaftar pertama yang memenuhi persyaratan administrasi dan materiil. Dalam sistem pendaftaran merek, prinsip ini menetapkan bahwa hak kepemilikan merek hanya diberikan kepada pihak yang terlebih dahulu mendaftarkan mereknya secara formal ke instansi yang berwenang, seperti kantor kekayaan intelektual. Tujuan dari prinsip ini adalah untuk menciptakan kepastian hukum, proses yang transparan, dan efektivitas dalam menentukan pemilik merek, sehingga perselisihan mengenai kepemilikan dapat diselesaikan dengan melihat urutan waktu pendaftaran.

Meskipun sistemnya *First to File*, undang-undang merek Indonesia tidak melindungi pelaku yang bertindak dengan itikad tidak baik. Dalam pendaftaran merek di Indonesia, metode itikad tidak baik mengacu pada ketentuan Undang-Undang Merek yang menegaskan bahwa permohonan pendaftaran merek yang diajukan oleh pemohon yang beritikad tidak baik harus ditolak. Itikad tidak baik disini dapat diartikan sebagai niat yang tidak jujur, misalnya seperti mendaftarkan merek yang sudah dikenal dan digunakan oleh pihak lain tanpa izin, atau bertujuan untuk menghalangi atau merugikan pemilik merek sebelumnya. Pihak yang menilai pertama untuk menentukan apakah permohonan dilandasi itikad baik atau tidak adalah Kementerian Hukum dan HAM melalui Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI). Dalam kasus ini, pemeriksa merek di DJKI dapat dan harus menolak permohonan yang secara nyata menunjukkan indikasi itikad tidak baik, walaupun perbedaannya hanya dari huruf dan kelas dari merek yang sudah ada.

Berdasarkan pertimbangan tersebut, Putusan Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat dalam perkara ini dinilai telah sesuai dengan ketentuan hukum dan peraturan perundang-undangan, sehingga permohonan kasasi yang diajukan oleh

---

<sup>20</sup> Putusan Mahkamah Agung Nomor 39/Pdt.Sus-Merek/2022/PN.Niaga.Jkt.Pst.

Pemohon Kasasi, yaitu PT. Media Suara Millennial, layak untuk ditolak. Dengan ditolaknya permohonan kasasi tersebut, Pemohon Kasasi juga dibebankan untuk membayar biaya perkara pada tingkat kasasi. Pertimbangan hakim dalam Putusan No. 39/Pdt.Sus-Merek/2022/PN Niaga Jkt.Pst:

- A. Majelis hakim menyimpulkan bahwa merek milik Penggugat, yaitu POSKOTA, telah terdaftar lebih dulu dibandingkan dengan POSKOTACO milik Tergugat. Hal ini dibuktikan dengan beberapa sertifikat pendaftaran milik Penggugat yang dimulai sejak 1 Juli 2014, sedangkan POSKOTACO baru diajukan pada 31 Januari 2020 untuk kelas jasa 41.
- B. Unsur utama dari merek tersebut adalah kata "POSKOTA", sehingga kehadiran kata tersebut dalam POSKOTACO dinilai dapat menimbulkan kesalahanpahaman di kalangan konsumen. Sesuai Pasal 21 ayat (1) UU No. 20 Tahun 2016, yang menjelaskan bahwa "persamaan pada pokoknya" mencakup kemiripan yang timbul akibat adanya elemen dominan yang serupa, baik dalam bentuk visual, penulisan, pengucapan, maupun kombinasi unsur lainnya<sup>21</sup>.
- C. Berdasarkan ketentuan tersebut dan juga yurisprudensi Mahkamah Agung RI No. 279 PK/1992, metode untuk menilai adanya kemiripan antara dua merek dilakukan dengan menelaah tampilan visual, elemen-elemen penting, serta kesan umum yang ditimbulkan.
- D. Kesamaan antara merek Penggugat dan Tergugat didukung oleh alat bukti yang diajukan oleh Penggugat, seperti bukti P-13 dan P-14, serta keterangan saksi fakta, termasuk dua saksi dari pihak Tergugat yang juga mengakui adanya kemiripan pada pokoknya. Undang-undang juga menyatakan bahwa permohonan merek dapat ditolak jika mengandung kesamaan pokok atau menyeluruh dengan merek lain untuk produk atau jasa sejenis.
- E. Penggugat mengajukan sejumlah bukti mulai dari P-1 hingga P-15 berupa sertifikat merek terdaftar di Direktorat Merek dan Indikasi Geografis. Bukti ini diperkuat dengan kesaksian dari Hermansyah dan Masaadah yang menyebut bahwa pendaftar merek POSKOTACO sebelumnya adalah karyawan dari surat kabar POSKOTA dan memiliki hubungan erat dengan merek milik Penggugat.
- F. Hakim menyatakan bahwa karena sebagian besar pihak yang mengajukan pendaftaran POSKOTACO adalah mantan karyawan POSKOTA, maka

---

<sup>21</sup> UU Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis Pasal 4 Ayat (2).

pendaftaran tersebut dianggap dilakukan dengan niat tidak baik dan cenderung ingin menumpang popularitas merek yang sudah dikenal.

G. Walaupun POSKOTA belum bisa secara resmi dikategorikan sebagai merek terkenal, hakim menyatakan bahwa koran tersebut sudah dikenal luas di Indonesia.

H. Majelis menilai bahwa bukti dan keterangan dari Tergugat, termasuk saksi dan ahli, justru memperkuat dalil yang diajukan oleh Penggugat.

I. Berdasarkan seluruh pertimbangan tersebut, hakim memutuskan untuk mengabulkan gugatan Penggugat sepenuhnya dan memerintahkan agar merek POSKOTACO (IDM000890434, kelas 41) dicoret dari daftar merek terdaftar.

Sesuai dengan ketentuan Pasal 76 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, gugatan pembatalan terhadap merek yang telah terdaftar dapat diajukan oleh pihak yang memiliki kepentingan, dengan alasan-alasan yang tercantum dalam Pasal 20 atau Pasal 21 undang-undang yang sama.

Meskipun bertujuan untuk menciptakan kepastian hukum, sistem *First to File* justru mempermudah praktik tidak sehat seperti yang terlihat pada kasus ini. Sistem ini lebih mengutamakan pada aspek administratif dan urutan waktu pendaftaran tanpa memeriksa itikad baik ataupun riwayat penggunaan komersial dari merek tersebut. Sehingga berakibat pada pengalihan beban pembuktian yang diberikan kepada pemilik merek asli dimana hal tersebut memerlukan biaya dan waktu yang tidak sedikit untuk membuktikan klaim haknya, termasuk sejarah penggunaan dan itikad buruk dari pendaftar merek baru. Selain itu, ruang lingkup pemeriksaan substantif yang terbatas hanya pada *database* merek terdaftar, serta penilaian subyektif terhadap kemiripan merek, memberi celah bagi merek plesetan untuk lolos pendaftaran. Dengan demikian, sistem ini dinilai kaku karena lebih mengedepankan prosedur formal daripada keadilan nyata bagi pemilik merek asli yang lebih dahulu menggunakan merek tersebut di pasar.

Tindakan pembatalan pendaftaran merek oleh Menteri dilaksanakan berdasarkan Putusan Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat Nomor 39/Pdt.Sus-Merek/2022/PN.Niaga.Jkt.Pst tanggal 28 November 2022 juncto Putusan Nomor 379 K/Pdt.Sus-HKI/2023 tanggal 8 Mei 2023, yang telah memperoleh kekuatan hukum tetap sebagaimana diatur dalam Pasal 91. Pasal 92 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis<sup>22</sup>.

---

<sup>22</sup> UU Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis Pasal 4 Ayat (2). Putusan Mahkamah Agung Nomor 39/Pdt.Sus-Merek/2022/PN.Niaga.Jkt.Pst.

Berdasarkan pertimbangan tersebut, maka perlu dikeluarkan Surat Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia mengenai pembatalan pendaftaran merek terdaftar sesuai dengan putusan pengadilan. Landasan hukum yang digunakan dalam penetapan ini antara lain:

1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis;
2. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2010 tentang Kedudukan, Tugas, dan Fungsi Kementerian Negara serta Susunan Organisasi, Tugas, dan Fungsi Eselon I Kementerian Negara;
3. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2015 tentang Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia;
4. Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 113/P Tahun 2019 tentang Pembentukan Kementerian Negara dan Pengangkatan Menteri Negara Kabinet Indonesia Maju Periode 2019–2024;
5. Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 29 Tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia.

Putusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Tentang pembatalan pendaftaran Merek Terdaftar berdasarkan Putusan Pengadilan. Menetapkan dicoret dari Daftar Umum Merek, Pembatalan Pendaftaran Merek POSKOTACO sejak tanggal pencoretan sertifikat merek yang bersangkutan dinyatakan tidak berlaku lagi.

Berdasarkan dokumen-dokumen terkait, Penggugat telah mengajukan gugatan di hadapan Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat dan meminta agar pengadilan memberikan putusan sebagai berikut:

1. Bahwa terdapat kemiripan pada pokoknya antara merek POSKOTA dan POSKOTAKO;
2. Tergugat diduga memiliki itikad tidak baik dengan maksud untuk menyesatkan atau meniru;
3. Permohonan kasasi yang diajukan oleh pihak Tergugat ditolak;
4. Pendaftaran merek POSKOTACO dinyatakan tidak sah secara hukum dan tidak memiliki kekuatan hukum yang mengikat;
5. Tergugat diwajibkan untuk menghapus dan membatalkan pencatatan merek POSKOTACO yang terdaftar atas nama, serta mengumumkan pembatalan itu dalam Buletin Resmi Merek sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Kepastian hukum dalam sistem pendaftaran merek di Indonesia dijamin oleh prinsip konstitutif dan *First to File* sesuai dengan UU Nomor 20 Tahun 2016 yang mengatur tentang Merek dan Indikasi Geografis. Hak eksklusif untuk merek yang baru lahir resmi hanya setelah terdaftar di DJKI (Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual).

Elemen utama dari kepastian hukum ini yaitu:

- a. Pengajuan pertama menerima perlindungan penuh, tanpa risiko tuntutan dari pihak lainnya, asalkan memenuhi syarat formal dan substantif seperti kebaruan serta tidak mirip dengan merek yang sudah terdaftar.
- b. Prosedur administrasi, pengumuman selama 2 bulan untuk mengajukan keberatan, dan pemeriksaan substantif (yang dapat berlangsung maksimal 6 bulan mulai 2025) memberikan transparansi yang lebih baik serta waktu yang jelas untuk memproses.
- c. DJKI memperkuat Pedoman Pemeriksaan Substantif untuk menghindari niat buruk, meskipun sengketa bisa diselesaikan melalui jalur hukum jika lolos tahap pendaftaran awal.

Kepastian ini menciptakan lingkungan bisnis yang aman tetapi juga rentan terhadap penyalahgunaan, sehingga pengawasan ketat oleh DJKI dan proses litigasi untuk mencapai keadilan substantif menjadi sangat penting.

#### IV. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis terhadap Putusan Mahkamah Agung Nomor 39/Pdt.Sus-Merek/2022/PN.Niaga Jkt.Pst tentang sengketa merek “POSKOTA” dan “POSKOTACO”, menunjukkan hasil bahwa PT Media Antarkota Jaya memiliki hak atas merek POSKOTA berdasarkan prinsip *First to File*. Namun, prinsip ini tidak absolut dan dapat diabaikan ketika terkait dengan itikad tidak baik. Dalam kasus tersebut, terbukti bahwa pendaftaran “POSKOTACO” dilakukan dengan maksud meniru dan memanfaatkan reputasi serta ketenaran merek “POSKOTA” yang sudah lebih dulu dikenal, walaupun berada di kelas barang dan jasa yang berbeda. Oleh karena itu, pertimbangan hakim mengedepankan asas kebenaran materiil dan bukti adanya itikad tidak baik, seperti hubungan mantan karyawan dengan kemiripan merek, sehingga hakim memerintahkan agar merek POSKOTACO dicoret dari daftar merek terdaftar.

Implikasi putusan ini menegaskan bahwa perlindungan hukum tidak hanya diberikan kepada pendaftar pertama, melainkan juga harus memperhatikan itikad baik dan hak substantif pemilik merek. Putusan ini berperan penting dalam menghalangi praktik

*trademark squatting* dan menegakkan keadilan substantif dalam dunia usaha. Selain itu, menjadi yurisprudensi yang menegaskan bahwa itikad baik wajib dipertimbangkan baik oleh DJKI dalam pemeriksaan substantif maupun oleh pengadilan dalam penyelesaian sengketa merek.

## V. SARAN

Berdasarkan analisis jurnal tentang sengketa merek POSKOTA vs POSKOTACO, disarankan bahwa meskipun sistem *first to file* memberikan kepastian hukum pelaksanaannya harus dipadukan dengan peningkatan pemeriksaan substansi oleh DJKI untuk mengenali niat buruk sejak awal, seperti hubungan sejarah antara pihak-pihak atau keinginan untuk meniru merek yang sudah ada. Bagi para pengusaha, sangat penting untuk secara aktif dan menyeluruh mendaftarkan merek mereka dan menghindari tindakan meniru atau mengambil keuntungan dari reputasi merek lain. Sementara itu, merek penegak hukum disarankan untuk secara konsisten menerapkan uji kesan keseluruhan dan memperhatikan konteks niat baik saat memutuskan sengketa. Untuk peneliti selanjutnya, penelitian menyeluruh dibutuhkan untuk menilai efektivitas pemeriksaan substantif oleh DJKI serta menjelahi perlindungan merek yang secara luas dikenal oleh publik untuk memperbaiki sistem hukum merek di Indonesia yang lebih adil dan responsif terhadap praktik persaingan yang tidak sehat.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Hajar, M. (2015). Model-Model Pendekatan Dalam Penelitian Hukum dan Fikih. Pekanbaru: UIN Suska Riau.Mamudji, Sri. et al. *Metode Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta: Badan Penerbit Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2005.
- Jened, R. (2015). Hukum Merek (Trademark Law) dalam Era Global dan Integrasi Ekonomi. Jakarta: Kencana.
- Lindsey, T., Damian, E., Butt, S., & Utomo, T. S. (2003). Hak Kekayaan Intelektual (Suatu Pengantar). Bandung: PT. Alumni.
- Margono, S., & Hadi, L. (2022). Pembaharuan Perlindungan Merek. Jakarta: Novinda Pustaka Mandiri.
- Marni, E. M. (2022). Aneka Penegakkan Hukum Hak Cipta, Paten, Merek, dan Indikasi Geografis. Bandung: PT. Alumni.

- Miru, A. (2007). Hukum Merek: Cara Mudah Mempelajar Undang-Undang Merek. Jakarta: Rajawali Press.
- Philipus, M. H. (1987). Perlindungan Bagi Rakyat di Indonesia. Surabaya: PT. Bina Ilmu.

## Jurnal

- Al'Uzma, F., Saidin, O. K., Azwar, T. K. D., & Andriati, S. L. (2023). Analisis Putusan dan Pertimbangan Hakim dalam Perkara Sengketa Merek antara Starbucks Corporation Melawan Sumatera Tobacco Trading Company (Studi Putusan Makamah Agung Nomor 836 K/PDT.SUS-HKI/2022). *Locus Journal of Academic Literature Review*, 2(4), 355–364.
- April, J., & Rahaditya, R. (2023). Analisis Proteksi Merek Terdaftar oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual dari Masalah Pelanggaran Merek. *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 8(11), 6668–6679. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v8i11.14028>
- Ardiansyah, Atmoko, D., & Lestari, M. P. (2024). Perlindungan Hukum Bagi Pemilik Hak Merek yang Sudah Terdaftar. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 1(6).
- Athariq Aqilla, & Tatty Aryani Ramli. (2022). Adaptasi Likelihood of Confusion dalam Pengaturan Persamaan pada Pokoknya dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. *Bandung Conference Series: Law Studies*, 2(2), 1203–1208. <https://doi.org/10.29313/bcsls.v2i2.2903>
- Gunawan, Y. (2022). Penyelesaian Sengketa Merek Terdaftar dan Merek Terkenal dalam Mewujudkan Perlindungan Hukum. *Iblam Law Review*, 2(2), 141–164. <https://doi.org/10.52249/ilr.v2i2.80>
- Hidayatullah, I. E. (2023). Tinjauan Hukum terhadap Pendaftaran Merek Dengan Pelanggaran Kesamaan Nama Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. *Lex Privatum*, 12(3).
- Mangowal, J. (2017). Perlindungan Hukum Merek Terkenal dalam Perspektif Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek. *Lex Et Societatis*, 5(9), 22–29.
- Permatasari, A., Agustin, R. A., & Aditya, D. (2024). Pengaruh Hak Merek terhadap Startegi Pemasaran dan Diferensiasi Produk di Indonesia. *Doktrin: Jurnal Dunia Ilmu Hukum Dan Politik*, 2(3), 149–162.
- Putri, S. A. S. (2019). Unsur Persamaan pada Pokoknya dalam Pendaftaran tentang Merek dan Indikasi Geografis dan Pelanggaran terhadap Merek Terkenal. *Aktualita*, 2(1).
- Rahma, A. N., & Mahmudah, S. (2023). Tinjauan Yuridis Kasus Persamaan Merek Poskota dan Poskotaco (Studi Kasus Putusan No. 39 /Pdt.Sus-Merek/2022/PN Niaga Jkt.Pst). *AL-MANHAJ: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam*, 5(1), 567–578. <https://doi.org/10.37680/almanhaj.v5i1.2494>
- Sanjaya, P. E. K., & Rudy, D. G. (2018). Perlindungan Hukum terhadap Hak Merek Terkenal di Indonesia. *Jurnal Kertha Semaya*, 6(11).
- Sudarsono. (2018). Harmonisasi Penyelesaian Sengketa Merek di Pengadilan Tata Usaha Negara dan Pengadilan Niaga. *Jurnal RechtsVinding*, 7(1), 49–65.

Sumanti, J. J., & Merry, E. K. (2022). Akibat Hukum Pemakaian Merek yang Memiliki Persamaan pada Pokoknya Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Lex Privatum, 10(2).

### **Peraturan perundang-undangan**

UU Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis Pasal 4 Ayat (2).

### **Internet**

Hans, M. (2023). Merek Dipakai Orang Tanpa Izin, ke Mana Meminta Ganti Rugi? Hukum Online. <https://www.hukumonline.com/klinik/a/merek-dipakai-orang-tanpa-izin--ke-mana-meminta-ganti-rugi-lt53c90619e8d43/>

Kemenparekraf. (2021). Pentingnya Pemahaman Hak Kekayaan Intelektual dalam Ekonomi Kreatif. <https://www.kemenparekraf.go.id/ragam-ekonomi-kreatif/Pentingnya-Pemahaman-Hak-Kekayaan-Intelektual-dalam-Ekonomi-Kreatif>

Suratman, A. (2023). Perlindungan Hak Merek, Ini Syarat Mendapatkannya. Hukum Online. <https://www.hukumonline.com/klinik/a/perlindungan-atas-hak-merek-cl4430/>

### **Putusan Pengadilan**

Putusan Mahkamah Agung Nomor 39/Pdt.Sus-Merek/2022/PN.Niaga.Jkt.Pst.