

# TINJAUAN HUKUM PEMBATALAN MEREK DAGANG ATAS DUGAAN PLAGIASI (Studi Putusan No.3/Pdt.sus.HKI/Merek/2020/PN Niaga Makassar)

Lisa Mery<sup>1</sup>, Asrul Aswar<sup>2</sup>, Muh. Nur Iman<sup>3</sup>

Fakultas Hukum Universitas Indonesia Timur

Email: [lis1879@yahoo.com](mailto:lis1879@yahoo.com) , [luluasrul87@gmail.com](mailto:luluasrul87@gmail.com) , [imanandi91@gmail.com](mailto:imanandi91@gmail.com)

## Artikel info

## Artikel history:

**Keywords:**  
**Intellectual  
Property,**  
**Trademark,**  
**Plagiarism**

**ABSTRACT:** The growth of society is increasing rapidly, leading to progress in various sectors, including the Intellectual Property sector, resulting in a trademark dispute between Solaria and Solaris. The purpose of this study is to determine the cancellation of the trademark on allegations of plagiarism as regulated by the applicable Positive Law in Indonesia, and to determine the impact of the decision of the Niaga Makassar District Court Judge in Case No. 3/Pdt.Sus.HKI/Merek/2020/PN Niaga Makasar on society and business actors. This study is a normative juridical legal research type, using qualitative methods. The results of the study indicate that positive law in Indonesia regulates the cancellation of trademarks due to allegations of plagiarism, which can be found in Law Number 16 of 2016 concerning Trademarks and Geographical Indications. Decision Number 3/Pdt.Sus.HKI/Merek/2020/PN Niaga Makassar has a significant impact, particularly in the juridical, psychological, and philosophical aspects.

**ABSTRAK:** Pertumbuhan masyarakat semakin cepat dan menyebabkan kemajuan di berbagai sektor, termasuk sektor Kekayaan Intelektual sehingga terjadi sengketa merek salah satunya merek antara Solaria dengan Solaris. Tujuan penelitian untuk mengetahui pembatalan Merek atas dugaan Plagiasi diatur dalam Hukum Positif yang berlaku di Indonesia, untuk mengetahui dampak dari putusan hakim Pengadilan Negeri Niaga Makassar pada Putusan No.3/Pdt.Sus.HKI/Merek/2020/PN Niaga Makasar terhadap Masyarakat dan Pelaku Usaha. Penelitian ini adalah tipe penelitian hukum Normatif Yuridis, menggunakan metode kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan hukum positif di Indonesia mengatur tentang pembatalan merek karena dugaan plagiasi yang dapat ditemukan di dalam Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Putusan Nomor 3/Pdt.Sus.HKI/Merek/2020/PN Niaga Makassar memiliki dampak yang besar, khususnya dalam aspek yuridis, psikologis, filosofis.

**Kata Kunci:**  
**Kekayaan  
Intelektual, Merek,  
Plagiasi**

**Coresponden author:**

Email:

[imanandi91@gmail.com](mailto:imanandi91@gmail.com)

## I. PENDAHULUAN

Pada era kontemporer, perkembangan masyarakat semakin cepat dan menyebabkan kemajuan di berbagai sektor, termasuk sektor Kekayaan Intelektual, menurut *World Intellectual Property Organization* atau WIPO, Kekayaan Intelektual (IP) dapat diartikan sebagai kreasi dari pikiran manusia. IPR melindungi kepentingan inovator dan pencipta dengan memberikan hak atas kreasi mereka. Arti dari Kekayaan Intelektual adalah penciptaan atau manifestasi dari ide manusia. Sejarah hak kekayaan intelektual sangat panjang, dimulai dari Peraturan Perundang-undangan yang pertama kali ada di Venice, Italia pada tahun 1470 terkait masalah paten (Surahno,dkk, 2018)

Pada kelas internasional, aturan dibidang Kekayaan Intelektual mulai muncul pertama kali lahir pada tahun 1883 dengan lahirnya *Paris Convention* terkait paten, merek dagang, dan desain (Asrul Aswar, 2021).

Merek pada awal mulanya merupakan pemberian *branding* kepada hewan ternak yang kebanyakan pada sapi, *branding* dimaksudkan sebagai pembeda untuk membedakan kepemilikan sapi dengan sapi lain milik orang lain dengan cara yang berbeda-beda namun kebanyakan menggunakan warna kepada tubuh sapi dengan membentuk angka, huruf dan ataupun memotong telinga sapi dalam bentuk yang unik (Rika Ratna,dkk, 2021)

Hal ini dapat ditemukan pada batu dan gua yang memiliki gambar-gambar abstrak atau lukisan pada batu dinding gua dan para peneliti menyebut tanda tersebut sebagai hak milik ataupun tanda kepemilikan suatu barang. Dari sinilah awal mula sejarah menggambarkan “*branding*” dikehidupan lampau (Rika Ratna,dkk, 2021)

Pada zaman pertengahan, penggunaan tanda untuk membedakan sumber dan asal mengalami perkembangan perdagangan dan penggunaan pengenalan tanda *guild*. Peraturan mengharuskan setiap kelompok serikat untuk membubuhkan tanda tertentu pada semua contoh tertentu produk.

Tujuan dilakukan hal tersebut yaitu untuk mengidentifikasi dari mana barang tersebut berasal dan dari mana benda tersebut datang sehingga jika terjadi sebuah masalah dapat dengan mudah dimintai pertanggungjawaban kepada pemilik atau produsen yang memberikan label atau tanda tersebut

Sesuai dengan ketentuan terdahulu yaitu *Trade Related Aspect of Intellectual Property Rights* atau *TRIPS Agreement*, yang mana mengelompokan jenis Kekayaan Intelektual menjadi 2 bagian yaitu; Hak Cipta, dan Hak Atas Perindustrian. Hak atas perindustrian yang mana dapat dikategorikan lagi menjadi: Varietas Tanaman, Nama Niaga, Rencana Pangun/Paten

Sederhana, Model , Desain Industri, Paten, Merek Dagang, atau Nama Dagang, Indikasi Geografis dan Rangkaian Elektronik Terpadu (Bambang Kesowo, 2021). Akhirnya Pemerintah Kolonial Belanda mulai memperkenalkan perlindungan HKI pada tahun 1844. Pihak Kolonial mulai mengundangkan Undang-undang Merek pada tahun 1885, Undang-undang Paten 1910, dan Undang-Undang mengenai Hak Cipta pada tahun 1912 (Surahno,dkk, 2018)

Pada zaman pendudukan Jepang pada tahun 1942 tidak mengubah peraturan terkait Kekayaan Intelektual, di mana perjanjian dan konvensi internasional yang telah dibuat dan diubah untuk mengatur Kekayaan Intelektual untuk Undang-Undang terkait Paten tidak berlaku lagi sebab dianggap bertentangan dengan Pemerintah Indonesia dikarenakan di Undang-Undang tersebut dalam pembuatannya dapat dilakukan di Kantor Paten yang bertempat di daerah Batavia (sekarang Jakarta), namun untuk pemeriksaan atas permohonan paten tersebut harus dilakukan di Octrooiraad yang berada di Belanda (Surahno,dkk, 2018)

Dalam rumusan yang ada di dalam Pasal 1 angka 1 Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 yang menyatakan : Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau

kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa .

Sedangkan Merek menurut Bambang Kesuwo dalam bukunya Pengantar Pemahaman Konsepsi Dasar Sekitar Hak Atas Kekayaan Intelektual HAKI mengungkapkan bahwa merek merupakan salah satu bagian dari banyaknya bentuk Kekayaan Intelektual yang mana memiliki banyak peranan penting bagi suatu perdagangan barang maupun investasi (Bambang Kesuwo, 2021)

Undang-undang terbaru terkait Merek dan Indikasi Geografis 2016 merupakan penyelarasan dari Undang-Undang Merek Tahun 2001, dengan unsur kebaharuan yaitu dengan penambahan substansi Indikasi Geografis dan memperluas terkait cakupan terkait merek dan indikasi geografis (Djulaeka, 2014).

Peraturan tersebut tidak berlaku terhadap kemiripan dalam penggunaan merek dan bentuk animasi suatu produk baik secara sebagian maupun dalam bentuk yang hampir sama bahkan sama dan identik dengan milik orang lain sehingga konsumen dapat mengetahui produk atau jasa yang digunakan hal ini akan berdampak terhadap pengakuan dari konsumen serta memberikan pangsa pasar nasional maupun internasional yang sangat luas.

Kemiripan secara identik dalam penggunaan merek memberikan indikasi bahwa hal tersebut merupakan suatu tindakan plagiasi terhadap sebuah merek yang telah ada terlebih dahulu. *United States Copyright Office* memberikan pengertian bahwa Plagiarisme adalah tindakan mengambil, menggunakan, atau menyalin karya seseorang tanpa memberikan pengakuan atau memberikan kesan bahwa karya tersebut adalah milik sendiri. Hal ini melanggar hak cipta dan etika akademik serta dianggap sebagai tindakan tidak jujur dan tidak bermoral (United States Copyright Office, 2021)

Contoh kasus kesamaan nama merek yang menimbulkan sengketa salah satunya adalah kasus sengketa merek antara Solaria dengan Solaris. Merek usaha Solaris merupakan merek yang digunakan oleh Erwin Munandar selaku pemilik merek usaha yang disangka memiliki kesamaan dengan salah satu merek terkenal yang tingkat usahanya melingkupi tingkat internasional milik Aliuyanto yaitu Solaria (Andi Saputra, 2021).

Merek Solaria merupakan merek terkenal dan telah terdaftar lebih dulu, dengan demikian pendaftaran merek miliki Tergugat ini didasari oleh itikad tidak baik, dimana dilakukan untuk membonceng ketenaran merek Solaria milik penggugat dengan tujuan memperoleh keuntungan besar tanpa

harus melakukan promosi sendiri (Atmaja Siregar, 2021)

Persamaan tersebut dapat dapat dilihat dari segi visual, pengucapan, hingga beberapa jenis barang yang dilindungi hak merek. Hal ini membuat sang pemilik resmi merek Solaria merasa sangat dirugikan oleh merek yang muncul dengan nama dan segi visual yang hampir sama yang dimiliki oleh Erwin Munandar yaitu pemegang hak merek Solaris.

Hal ini membuat sang pemilik resmi merek Solaria merasa sangat dirugikan oleh merek yang muncul dengan nama dan segi visual yang hampir sama yang dimiliki oleh Erwin Munandar yaitu pemegang hak merek Solaris. Mengenai persamaan pada pokoknya antara merek Solaris milik tergugat dengan merek Solaria milik penggugat terlihat dari segi visualisasi dan penulisan, segi pengucapan, dan segi jenis barang yang dilindungi.

Berdasarkan latar belakang diatas ditarik rumusan masalah yaitu: (1) apakah pembatalan merek atas dugaan plagiasi diatur dan sesuai dalam Hukum Positif yang berlaku di Indonesia? (2) bagaimanakah dampak dari putusan hakim Pengadilan Negeri Niaga Makassar pada putusan No. 3/Pdt.Sus.HKI/Merek/2020 bagi masyarakat dan pelaku usaha ?

Selaras dengan pertanyaan diatas tujuan penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui pembatalan Merek atas dugaan Plagiasi diatur dalam Hukum Positif yang berlaku di Indonesia, (2) untuk mengetahui dampak dari

putusan hakim Pengadilan Negeri Niaga Makassar pada Putusan No.3/Pdt.Sus.HKI/Merek/2020/PN Niaga Makasar terhadap Masyarakat dan Pelaku Usaha .

Adapun manfaat penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis. Manfaat penelitian dibidang teoritis yaitu (1) penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran atau memberikan solusi untuk mengurangi terjadinya Plagiasi merek di tengah Masyarakat dan Pelaku, (2) Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi pemikiran atau solusi mengenai masalah hukum tentang plagiasi merek serta (3) penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pedoman bagi para pihak atau peneliti lain yang ingin mengkaji secara mendalam pencabutan merek atas dugaan plagiasi terhadap sebuah merek. Manfaat praktis penelitian ini yaitu hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih penelitian dalam rangka meningkatkan kualitas para penegak hukum dalam mengurangi plagiasi terhadap merek usaha

## II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah tipe penelitian hukum Normatif Yuridis, melalui pendekatan Studi kepustakaan (*Library Research*). Jenis dan sumber data yang digunakan yaitu bahan hukum primer merupakan bahan hukum yang mengikat atau yang membuat orang taat pada hukum seperti Peraturan Perundangan

undangan dan Putusan Hakim (Soerjono dan Mamudji, 2022). Bahan Hukum Sekunder, yaitu bahan hukum yang tidak mengikat karena menjelaskan mengenai bahan hukum primer yang merupakan hasil olahan pendapat atau pikiran para pakar atau ahli yang mempelajari suatu bidang tertentu secara khusus (Soerjono dan Mamudji, 2022)

Bahan hukum sekunder dalam hal ini ialah doktrin-doktrin diperoleh dari buku-buku yang berisi mengenai prinsip-prinsip dasar ilmu (Peter Mahmud Marzuki, 2022) dimana penelitian ini menggunakan metode kualitatif.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian dan Pembahasan dalam artikel bertujuan untuk menjawab rumusan masalah dan pertanyaan-pertanyaan penelitian, menunjukkan bagaimana temuan-temuan itu diperoleh, menerangkan arti hasil penelitian, bagaimana hasil penelitian dapat memecahkan masalah serta kemungkinan pengembangannya. Pembahasan dan analisis harus menjawab permasalahan dan tujuan penelitian.

### A. Pembatalan Merek Atas Dugaan Plagiasi Menurut Hukum Positif Indonesia

Merek atau yang dikenal dengan istilah *Trademark* adalah sebuah simbol yang digunakan untuk mengidentifikasi sumber atau asal dari barang atau jasa (*An indication of origin*) yang ditawarkan oleh suatu perusahaan, dibawah pelindungan Kekayaan Intelektual. Aturan terkait merek dapat ditemukan dalam hukum positif Indonesia, khususnya di Pasal 1

ayat 1 Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Hukum positif di Indonesia mengatur tentang pembatalan merek karena dugaan plagiasi yang dapat ditemukan di dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, yang kemudian digantikan oleh Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografi. Undang-undang tersebut mengatur tentang merek secara komprehensif, termasuk aspek penghapusan atau penarikan kembali merek terdaftar. Sehingga, dalam hal terdapat dugaan plagiasi, maka merek tersebut dapat dibatalkan berdasarkan ketentuan hukum yang berlaku.

Sebagai sebuah alternatif penyelesaian di luar pengadilan, mekanisme penghapusan atau penarikan kembali merek terdaftar dapat dilakukan oleh pemilik merek baik atas inisiatif sendiri maupun atas anjuran pihak ketiga sebagai pilihan *settlement*, dengan pertimbangan untung rugi. Selain itu, pemilik merek juga dapat dengan sadar dan sukarela menarik kembali mereknya yang telah terdaftar tanpa adanya tekanan pihak lain.

Pemilik merek yang ingin menarik kembali merek terdaftarnya dapat mengajukan permohonan tersebut kepada Menteri. Proses penarikan ini dapat dilakukan oleh pemilik merek itu sendiri atau melalui kuasanya, baik untuk sebagian maupun seluruh jenis barang dan jasa yang dilindungi merek tersebut. Namun, istilah "penarikan" kurang tepat digunakan, sebab sebenarnya hal tersebut lebih mengacu pada penghapusan merek yang dilakukan

berdasarkan beragam alasan, seperti restrukturisasi perusahaan. Sehingga, merek perlu "dimatikan" karena tidak lagi digunakan.

Jika suatu perusahaan dinyatakan pailit dan sedang dalam pengawasan kurator, perusahaan tersebut dapat memutuskan untuk menarik kembali merek-merek yang dimilikinya dan meminta penghapusan merek tersebut. Apabila merek tersebut telah ditarik dari registrasi daftar umum merek sebagai upaya untuk menyelesaikan sengketa dengan pihak lain di luar pengadilan, maka hal ini dapat dianggap sebagai solusi alternatif penyelesaian sengketa.

Penarikan merek tersebut dapat terjadi sebagai hasil dari negosiasi atau himbauan yang berujung pada kesepakatan damai. Salah satu alasan untuk menarik kembali merek secara sukarela adalah untuk menghindari persidangan yang memakan waktu dan biaya, serta dapat mengganggu kepentingan bisnis dan usaha.

Tindakan menarik kembali merek secara sukarela memiliki esensi yang sama dengan penghapusan merek yang diatur dalam Undang-undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang terdapat dalam Pasal 72 hingga Pasal 75. Proses penghapusan sesuai dengan Undang-undang No. 20 Tahun 2016 Pasal 72 ayat 6 dan ayat 7, dapat dilakukan setelah memperoleh rekomendasi dari Komisi Banding Merek.

Pasal 72 ayat 8 menyatakan bahwa Banding Merek hanya dapat dilakukan setelah mendapatkan rekomendasi dari Komisi Banding Merek sebagaimana diatur dalam ayat 8 tersebut, berdasarkan permintaan

Menteri. PP Komisi Banding Merek dalam Pasal 31 mengatur tata cara pemberian rekomendasi penghapusan merek, dimana Komisi Banding Merek dapat memberikan rekomendasi atas pengajuan penghapusan merek terdaftar yang diajukan oleh menteri, dan setelah diberikannya rekomendasi, maka pemeriksaan akan dilakukan.

Hal ini menunjukkan bahwa rekomendasi dari Komisi Banding Merek memegang peranan penting dalam proses penghapusan merek terdaftar dan harus diperoleh sebelum proses Banding Merek dapat dilakukan.

Pasal 32 dari Peraturan Pemerintah Komisi Banding Merek menjelaskan bahwa Komisi Banding Merek memiliki waktu tiga bulan sejak permintaan Menteri diterima untuk melakukan kajian terhadap merek terdaftar yang menjadi objek pemeriksaan berdasarkan Pasal 31.

Pasal 33 PP Komisi Banding Merek mengatur bahwa Komisi Banding Merek dapat memberikan rekomendasi kepada Menteri untuk melakukan penghapusan merek terdaftar yang ditemukan memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan indikasi geografis yang bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundangan, moralitas, agama, kesusilaan, dan ketertiban umum.

Beberapa varian yang terkait dengan *Bad Faith* yang menjadi latar belakang penghapusan merek atas kemauan pemilik atau prakarsa Kantor Merek. Selain itu, penghapusan merek juga dapat dilakukan atas gugatan pihak ketiga (*revocation*), yang harus diajukan dalam bentuk gugatan

melalui pengadilan niaga. Dalam hal ini, penghapusan pendaftaran merek dapat dilakukan oleh tiga pihak, yaitu pemilik merek, kantor merek, dan pihak ketiga melalui pengadilan.

Para pihak yang memiliki kepentingan dalam merek memiliki dasar hukum untuk mengajukan gugatan jika merek dianggap tidak digunakan (*Non-Use*) selama tiga tahun berturut-turut dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa, yang dihitung sejak tanggal pendaftaran atau pemakaian terakhir, kecuali dalam situasi tertentu yang dapat diterima oleh Kantor Merek.

Penyalahgunaan merek yang tidak sesuai dengan tujuan pendaftarannya menunjukkan adanya niat buruk atau "*Bad Faith*", terutama jika merek tersebut digunakan untuk produk yang serupa dengan merek milik perusahaan lain yang sengaja dibuat mirip.

Dalam beberapa kasus, pendaftaran merek untuk kelas barang yang berbeda dapat dilakukan hanya untuk mendapatkan persetujuan untuk didaftar, dan tindakan ini dapat dianggap sebagai upaya untuk menipu Kantor Merek dan memanfaatkan popularitas merek milik orang lain.

Ketidaksesuaian dalam penggunaan merek dapat mencakup perubahan dalam penulisan kata atau huruf, penggunaan warna yang berbeda, atau bahkan perubahan pada elemen atau komposisi merek yang terdaftar. Dalam praktiknya, penggunaan merek yang tidak sesuai dapat berarti penggunaan merek lain yang tidak terdaftar, atau mengganti atau mengurangi elemen dari merek yang terdaftar.

Merek yang kontroversial dapat didaftarkan meskipun ada pertimbangan tertentu, namun jika penggunaannya menyesatkan masyarakat terkait asal usul, bentuk, sifat, atau kualitas barang, merek tersebut dapat dibatalkan melalui gugatan. Merek sering kali diciptakan dengan tujuan memberikan kesan bahwa produk berasal dari negara tertentu, terutama jika negara tersebut memiliki kosakata khas yang dapat digunakan untuk menciptakan merek dengan kata-kata temuan yang tidak tercantum dalam kamus manapun.

Namun, gugatan pembatalan merek harus memenuhi persyaratan absolut yang telah diatur dalam Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis Nomor 20 Tahun 2016. Jika merek tersebut tidak memenuhi prinsip dan persyaratan yang ditetapkan dalam undang-undang tersebut, maka pembatalan merek dapat dilakukan dengan motif *Bad Faith*.

Dalam Undang-undang Merek, terdapat norma *Bad Faith* yang menyatakan bahwa merek tidak dapat didaftarkan jika diajukan oleh pemohon yang beritikad tidak baik. Pendaftaran harus dilakukan dengan itikad baik, yaitu secara layak dan jujur tanpa niat untuk membongkeng, meniru, atau menjiplak ketenaran merek pihak lain. Jika terbukti bahwa merek tersebut diajukan dengan itikad tidak baik, maka merek tersebut dapat dibatalkan.

Norma Penolakan Absolut juga dikenal dalam Undang-undang Merek, yang menetapkan alasan penolakan yang bersifat absolut. Norma ini menjadi kendala bagi aplikasi merek sehingga merek tidak

dapat didaftarkan sebagai merek. Selain itu Norma Pembatasan Teknis diatur dalam ketentuan Pasal-pasal dan sangat penting dalam mencegah praktik *Bad Faith* dari sejumlah pengusaha. Norma ini mengharuskan merek-merek tidak memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya.

Jika terjadi pelanggaran merek, Pasal 76 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografi menjelaskan bahwa gugatan pembatalan merek terdaftar dapat diajukan oleh para pihak yang berkepentingan. Namun, jika merek tidak terdaftar, gugatan pembatalan harus melalui prakarsa Kementerian. Setelah prakarsa diselesaikan, gugatan pembatalan dapat diajukan kepada Pengadilan Niaga terhadap pemilik merek terdaftar.

Selain melalui proses administratif dan pengajuan gugatan, pelanggaran merek juga dapat dikenakan pidana. Pasal 100 Undang-undang Merek dan Indikasi Geografis menjelaskan bahwa siapa pun yang menggunakan merek tanpa izin dan hak, serta memiliki persamaan dengan merek lain yang telah terdaftar oleh pihak lain untuk barang dan jasa yang sejenis dapat dijatuhi pidana.

#### **B. Dampak dari Putusan Hakim Pengadilan Negeri Niaga Makassar pada Putusan No. 3/Pdt.Sus.HKI/Merek/2020/PN Niaga Makasar kepada masyarakat dan pelaku usaha**

Putusan Nomor 3/Pdt.Sus.HKI/Merek/2020/PN Niaga Makassar memiliki dampak yang besar, khususnya dalam aspek yuridis. Adanya putusan ini akan membuat masyarakat lebih tahu

tentang norma dan landasan hukum dari sebuah merek sehingga masyarakat akan menjadi lebih proaktif dalam mengikuti kententuan yang berlaku mengenai merek dan juga akan berdampak terhadap tingkat kesadaran masyarakat mengenai pentingnya merek bagi perkembangan suatu usaha.

Hal ini didukung oleh bukti data yang diperoleh dari Direktur Jendral Kekayaan Intelektual (DJKI) dimana terjadi peningkatan yang signifikan dalam pengajuan merek baik dari luar negeri maupun dalam negeri. Untuk pengajuan merek yang berasal dari luar negeri, pada tahun 2020 Ditjen KI mencatat ada 10.676 pengajuan merek untuk luar negeri dan 10.800 pengajuan pada tahun 2021.

Sementara itu, pengajuan merek dalam negeri sangat melonjak tajam, yaitu pada tahun 2019 terdapat 71.704 pengajuan pada, kemudian terjadi peningkatan sebanyak 4533 sehingga tercatat 76.237 pengajuan pada tahun 2020, dan 85.560 pengajuan pada tahun 2021.

Terdapat tiga kelas permohonan merek yang paling populer, yaitu kelas 30 (coffee, tea, cocoa, sugar, rice, tapioca, sago, powder), kelas 3 (Cleaning preparations, soaps, perfumery, essential oils, cosmetics), dan kelas 35 (Advertising, Business management, Business administration, Office functions). Kelas 3 secara signifikan mengalami peningkatan permohonan sejak pandemi Covid-19 pada tahun 2020. Dari data yang ditampilkan, jumlah pelaku usaha yang mendaftarkan merek meningkat dengan tajam dari tahun ke tahun. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha semakin menyadari manfaat dari

merek dan semakin banyak yang memutuskan untuk mendaftarkan merek mereka.

Merek yang terdaftar memberikan perlindungan hukum dan hak eksklusif kepada pemilik merek, sehingga dapat membantu meningkatkan nilai merek dan kepercayaan konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Peningkatan jumlah pendaftaran merek ini disebabkan oleh kesadaran yang semakin tinggi tentang pentingnya merek, serta perkembangan teknologi dan pasar yang memungkinkan peluang baru untuk menciptakan merek.

Putusan pembatalan merek ini memiliki dampak psikologis yang signifikan pada masyarakat, terutama pada pelaku usaha yang telah mendaftarkan merek tersebut. Pembatalan merek dapat membuat pemilik merek merasa kehilangan identitas dan citra merek yang telah mereka bangun.

Pemilik merek yang mengalami pembatalan merek dapat merasa kehilangan kepercayaan diri karena merasa telah kehilangan kontrol atas merek mereka dan mungkin merasa bersalah karena tidak dapat mempertahankan merek tersebut. Pelaku usaha terkait juga akan merasa malu atau dipermalukan karena merek mereka harus dibatalkan sehingga karyawan perusahaan yang bekerja di bawah merek yang dibatalkan dapat mengalami ketidakpastian dan kekhawatiran tentang masa depan perusahaan dan pekerjaan mereka.

Selain itu penggunaan finansial yang besar pada pemilik merek, termasuk biaya pengacara dan kehilangan nilai merek. Ini juga dapat

memengaruhi reputasi bisnis dan memunculkan persepsi negatif dari konsumen dan pesaing hal ini mempengaruhi masyarakat secara keseluruhan, membuat konsumen kecewa dan kehilangan kepercayaan pada merek tersebut.

Dalam konteks filosofis, terkait konsep kebebasan dan hak milik, dimana ada pandangan yang menyatakan bahwa merek harus dianggap sebagai bagian dari aset sosial yang dapat digunakan oleh publik secara luas. Pembatalan merek juga dapat menimbulkan pertanyaan tentang apakah merek seharusnya memiliki perlindungan hukum dan apakah pemilik merek bertanggung jawab untuk memastikan merek mereka memiliki kebenaran, keadilan, dan tanggung jawab sosial yang diperlukan.

Pembatalan merek dapat memiliki dampak yang luas dan terkait dengan berbagai isu filosofis, hukum, dan sosial. Putusan pembatalan merek ini juga dapat memicu perdebatan publik yang signifikan dan mempengaruhi opini masyarakat tentang merek oleh karena itu, penting untuk mempertimbangkan dampak yang lebih luas ketika memutuskan untuk membatalkan merek tertentu dan untuk memastikan bahwa perusahaan bertanggung jawab secara sosial dan mempertimbangkan dampak mereka pada masyarakat dan lingkungan dalam praktik mereka.

### C. Analisis Penulis

Persamaan (*Similitary*) terhadap merek **Solaria** Persamaan bentuk (*similarity of form*) : Berwarna merah, latar belakang warna kuning huruf

mandarin di atasnya lingkaran diluar huruf mandarin, Penulisan menurun. Persamaan kombinasi (*similarity of Combination*) : Warna Font Merah, Penulisan berlekuk, Font *Ballon*. Persamaan unsur (*similarity of element*) : Warna Font Merah, Penulisan berlekuk Font *Ballon*. Persamaan Bunyi (*similarily of sound*) : **SO-LA-RI-A** Dalam penulisan menggunakan 4 penggalan suku kata (menggunakan huruf vokal A). Persamaan ucapan (*similarity of phonetic*) : **SOLARIA** Akhiran kata dalam merek menggunakan huruf vokal (dalam pengucapan pita suara terbuka dan tidak ada udara yang terhambat). Persamaan penampilan (*similarity of appearance*) : Gambar merek terdaftar miik Penggugat berwarna merah dengan disertai latar belakang warna kuning dan juga huruf mandarin di atasnya.

Persamaan bentuk **Solaris** (*similarity of form*) : Berwarna merah, latar belakang Berwarna Merah, Latar Belakang Putih, Gaya penulisan melengkung seperti ombak. Persamaan kombinasi (*similarity of Combination*) : Warna Font Merah Penulisan berlekuk Font *Buble* . Persamaan unsur (*similarity of element*) : Penulisan berlekuk Font *Buble* Warna Font Merah. Persamaan Bunyi (*similarily of sound*) : **SO-LA-RIS** Dalam penulisan merek menggunakan 3 penggalan suku kata (diakhiri dengan huruf Konsonan S). Persamaan penampilan (*similarity of appearance*) : Font "Ballon" dan semua hurufnya adalah huruf kapital sehingga terbentuklah visualisasi dan bentuk penulisan "**SOLARIS**"

#### IV. KESIMPULAN

(1) Berdasarkan pengaturan dalam Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografi di Indonesia, pembatalan merek dapat dilakukan jika terdapat dugaan plagiasi atau pelanggaran lainnya, yang dapat dilakukan dengan motif *Bad Faith*. Gugatan pembatalan harus memenuhi persyaratan absolut yang telah ditetapkan dalam Undang-undang. Penggunaan merek yang tidak mematuhi norma yang ada dapat mengarah pada penolakan dan pembatalan merek sehingga sanksi administratif dan pidana dapat berlaku

(2) Putusan Nomor 3/Pdt.Sus.HKI/Merek/2020/PN Niaga Makassar memiliki dampak yang signifikan terutama dalam aspek hukum bagi masyarakat yang akan membuat masyarakat tahu tentang tingkat kesadaran masyarakat terhadap pentingnya sebuah merek. Putusan ini juga mempengaruhi psikologis pemilik merek yang harus kehilangan finansial, serta mempengaruhi reputasi bisnis. Pembatalan merek pada putusan ini juga memiliki dampak filosofis. Dampak terbesar dari putusan ini yaitu memicu masyarakat dan pelaku usaha untuk meningkatkan kesadaran hukum dan memperkuat perlindungan merek dan Kekayaan Intelektual di Indonesia.

#### V. DAFTAR PUSTAKA

##### Buku

Asrul Aswar. (2021). *Hukum Dagang*.

Makassar : Tohar Media

Bambang Kesowo. (2021). *Pengantar Pemahaman Konsepsi Dasar Sekitar Hak Atas Kekayaan Intelektual HAKI*, Surabaya : Sinar Grafika Djulaeka. (2014). *Konsep Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual Perspektif Kajian Filosofis HaKI Kolektif-Komunal*. Malang: Setara Press Kelompok Intrans Publishing

Peter Mahmud Marzuki. (2022). *Penelitian Hukum* . Jakarta : Kencana

Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji. 2022. *Penelitian Hukum Normatif : Suatu Tinjauan Singkat*. (Ed.1.-Cet. 21 th. 2022) Depok : Rajawali

Pers

Surahno, dkk. (2018). *Hak Kekayaan Intelektual*, Jakarta: Penerbit Universitas Terbuka

##### Jurnal dan Karya Ilmiah

Krisnomo, Atmaja Siregar. 2021.

Kumpulan Kaidah Hukum Putusan-Putusan Pengadilan Hak Atas Kekayaan Intelektual Bidang Merek (*TRADEMARK*). Law Office Atmaja Siregar advocates & IPR Consultans

Rika Ratna Permata, Tasya Safiranita Ramli, dan Biondy Utama.

(2019). *Tinjauan Kasus Tentang Dilusi Merek Di Indonesia Dan Thailand*. Jurnal Hukum IUS QUA IUSTUM. NO. 1 VOL. 26

##### Aturan Hukum Dan Putusan

Undang-Undang Republik Indonesia

Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis Republik Indonesia

Undang-Undang Republik Indonesia  
Nomor 15 Tahun 2001 Tentang  
Merek  
Peraturan Pemerintah No 90 Tahun  
2019 Tentang Tata Cara  
Permohonan, Pemeriksaan, dan  
Penyelesaian Banding Pada  
Komisi Banding Merek  
Putusan Pengadilan Nomor :  
3/Pdt.sus.HKI/Merek/2020/PN  
Niaga Makassar  
**Internet**  
Andi Saputra, 2021, Detikcom,  
Sengketa Merek Solaria vs Solaris,

Siapa yang Menang di Meja Hijau  
dikutip dari  
<https://news.detik.com/berita/d-5564142/sengketa-merek-solaria-vs-solaris-siapa-yang-menang-di-meja-hijau> diakses pada tanggal 23 Februari 2023 11.25 WITA  
United States Copyright Office, 2021  
Copyright Basics.  
<https://www.copyright.gov/circs/circ01.pdf> diakses pada Tanggal 26 Februari 2023 12.34 WITA)