



## Pembatalan Merek Terdaftar Yang Memiliki Persamaan Nama Pada Pokoknya

Yehuda Goodlife Nusale<sup>1</sup>, Teng Berlianty<sup>2</sup>, Theresia Louize Pesulima<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>. Fakultas Hukum Universitas Pattimura, Ambon, Indonesia.

 : yehudanusale8@gmail.com

**ABSTRACT:** According to Law Number 20 of 2016 Concerning Trademarks and Geographical Indications, Article 21 Paragraph 1 Letters a and c Concerning Trademark Registration Procedures which explains that the application for trademark registration is rejected if the registered trademark belongs to another party or is applied for beforehand by another party for similar goods and/or services and has no distinguishing power, but in practice there are registered brands that have the same name in essence, namely the "GOTO" brand which has similarities in writing and pronunciation. The law related to the problem is then linked to secondary legal material through books, articles, journals or writings by legal experts, after which it is connected with legal facts, legal events and legal consequences which are carried out using the Statute Approach and the Conceptual Approach. The research results show: 1). The trademark rights holder is the first party to register the mark with the Directorate General of Intellectual Property Rights, and the holder of the rights to this mark receives legal protection, if another party registers the same mark, it has violated the system adopted by the law, namely the first to file principle and also violates the law itself as the accommodator of all regulations regarding trademark registration 2). Settlement of the Goto case as an effort to resolve the similarity in the mark at registration, legal action through a lawsuit in a commercial court as a legal remedy if it is proven to legally use the mark without permission.

**Keywords:** Cancellation; Trademark; Same Name.

**ABSTRAK:** Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, Pasal 21 Ayat 1 Huruf a dan c Tentang Prosedur Pendaftaran Merek yang menjelaskan bahwa permohonan pendaftaran merek ditolak jika merek yang telah terdaftar milik pihak lain atau dimohonkan lebih dahulu oleh pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis dan tidak memiliki daya pembeda, namun pada prakteknya terdapat merek yang terdaftar memiliki persamaan nama pada pokoknya yakni pada merek "GOTO" yang memiliki persamaan pada penulisan dan pelafalannya. Penelitian ini termasuk Dalam penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan bahan hukum primer berupa aturan hukum yang terkait dengan permasalahan lalu dikaitkan dengan bahan hukum sekunder melalui buku-buku, artikel, jurnal, atau karya tulis para pakar hukum, setelah itu dihubungkan dengan fakta hukum, peristiwa hukum, dan akibat hukum yang dilakukan dengan Pendekatan Undang-undang (*Statute Approach*) dan Pendekatan Konseptual (*conceptual approach*). Hasil penelitian menunjukkan: 1). Pemegang Hak Atas Merek adalah pihak yang pertama yang mendaftarkan merek tersebut ke Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual, dan pemegang hak atas merek ini mendapat perlindungan hukum, jika ada pihak lain yang mendaftarkan merek yang sama maka itu telah melanggar sistem yang dianut oleh Undang-Undang yaitu asas *first to file* dan juga melanggar Undang-Undang itu sendiri sebagai pengakomodir seluruh peraturan tentang pendaftaran merek 2). Penyelesaian perkara Goto sebagai upaya dalam menyelesaikan adanya kesamaan dalam merek saat pendaftaran, upaya hukum melalui gugatan di pengadilan niaga sebagai upaya hukum jika terbukti secara sah menggunakan merek tanpa izin.

**Kata Kunci:** Pembatalan; Merek; Persamaan Nama.

### PENDAHULUAN

Hak kekayaan intelektual (HKI) diterjemahkan sebagai "*Intellectual Property Right*" (IPR). Frasa ini terdiri dari istilah hak, kekayaan, dan intelektual. kekayaan semua produk yang

dihasilkan secara intelektual, termasuk penemuan, informasi, karya seni, lagu, karya tulis, karikatur, dan sebagainya, yang dikenal sebagai kekayaan intelektual. Hak kekayaan intelektual adalah izin untuk bertindak atas kekayaan intelektual sesuai dengan standar atau persyaratan hukum yang diterima.<sup>1</sup> Hak kekayaan intelektual (HKI) terbagi dalam berbagai bentuk, yakni: Paten, Merek, Hak Cipta, Rahasia Dagang, Desain Industri, Desain untuk sirkuit terpadu, Indikasi Geografis; dan *Traditional Knowledge*.<sup>2</sup> Dalam dunia perdagangan penggunaan tanda pada produk barang dan/ jasa yang diciptakan memungkinkan untuk mengidentifikasi dari mana sumber barang dan jasa tersebut, sehingga menjadi salah satu komponen HKI ini adalah yang memegang peranan penting, dan komponen HKI ini disebut sebagai merek. Hak merek pada dasarnya merupakan permulaan dari suatu hak atas kekayaan intelektual yang didahului dengan penemuan suatu karya yang memiliki logo atau nama yang dilindungi oleh hak atas kekayaan intelektual lain, seperti hak cipta. Dalam dunia pemasaran dan periklanan, merek juga dimanfaatkan. Orang sering menghubungkan merek tertentu dengan penampilan, kualitas, atau reputasi barang dan jasa. Penggolongan hak atas kekayaan intelektual memiliki fungsi untuk menjaga keaslian dan merek yang telah dikembangkan suatu usaha agar lebih dikenal luas. Pada hakekatnya pemilik merek mengupayakan loyalitas konsumen, atau puncak perilaku konsumen terhadap merek yang disukainya, di mana konsumen tidak akan berhenti untuk mempertahankannya.<sup>3</sup>

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, peran pendaftaran merek sangat penting di era perdagangan global saat ini guna menjaga persaingan usaha yang sehat, melindungi konsumen, dan menjaga industri dalam negeri dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam negeri. Meskipun sebagian besar pemilik bisnis menyadari pentingnya merek dalam pertumbuhan bisnis, masih banyak orang yang tidak menyadari hal ini. Pentingnya perlindungan Merek karena untuk mendorong agar pelaku industri mikro kecil dan menengah memiliki kekuatan hukum yang mengikat. Artinya, produk yang mereka hasilkan tidak bisa ditiru oleh pihak-pihak lain. Perlindungan hukum terhadap pemilik merek diperlukan agar pemilik hak dapat menggunakan atau mengeksploitasi hak merek dengan rasa aman.<sup>4</sup>

Di Indonesia, kampanye perlindungan hukum atas hak kekayaan intelektual, khususnya yang terkait dengan merek, belakangan ini semakin berkembang. Pemilik usaha mikro kecil sering menyadari pentingnya memilih nama perusahaan, tetapi mereka tidak menyadari perlunya mendaftarkannya ke Direktur Jenderal Hak Kekayaan Intelektual, membuat produk mereka rentan di masa depan. Banyak insiden terjadi di mana pesaing dengan mudah mengambil nama perusahaan setelah menjadi terkenal di lingkungan sekitar. Akibatnya, perusahaan mengalami kerugian dan tidak dapat menggugat ke Pengadilan Niaga karena merek tersebut tidak didaftarkan pada Dirjen Hak Kekayaan Intelektual. Selain itu, aturan (*first to file*) berlaku saat menentukan siapa yang memiliki hak merek dagang, memberikan peluang kepada pihak yang pertama kali mendaftarkan merek untuk memilikinya. Sesuai pada Pasal 1 Ayat 1 Undang-Undang 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)

---

<sup>1</sup> Adrian Sutedi, *Hak Atas Kekayaan Intelektual*, Jakarta: Sinar Grafika, 2009, h. 38.

<sup>2</sup> <https://binchoutan.files.wordpress.com/2008/02/hki-all-about-ipr.pdf>, diakses pada hari Jumat tanggal 22 Juni 2022.

<sup>3</sup> Yunus Marlon Lopulalan, Rory Jeff Akyuwen, Marselo Valentino Geovani Pariela. Hak Cipta Logo Yang Didaftarkan Sebagai Merek, *TATOHI Jurnal Ilmu Hukum* Vol. 1, No. 1 (2021) h. 18.

<sup>4</sup> Teng berlianty " Pendaftaran Merek Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah untuk memperkuat daya saing menghadapi masyarakat Ekonomi Asia " *jurnal ilmu hukum Sasi* Vol. 23 No. 1.

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.”

Persamaan pada pokoknya adalah kemiripan yang disebabkan adanya unsur-unsur yang menonjol antara merek yang satu dengan merek yang lain. Unsur-unsur yang menonjol pada kedua merek itu dapat menimbulkan kesan adanya persamaan tentang bentuk, cara penempatan, cara penulisan, kombinasi antara unsur-unsur, atau persamaan bunyi ucapan. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis pada Pasal 21 Ayat 1 telah mencantumkan pengertian persamaan pada pokoknya yakni kemiripan yang disebabkan oleh adanya unsur yang dominan antara Merek yang satu dengan Merek yang lain sehingga menimbulkan kesan adanya persamaan, baik mengenai bentuk, cara penempatan, cara penulisan atau kombinasi antara unsur, maupun persamaan bunyi ucapan, yang terdapat dalam Merek tersebut.

## **METODE PENELITIAN**

Tipe penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan bahan hukum primer berupa aturan hukum yang terkait dengan permasalahan lalu dikaitkan dengan bahan hukum sekunder melalui buku-buku, artikel, jurnal, atau karya tulis para pakar hukum, setelah itu dihubungkan dengan fakta hukum, peristiwa hukum, dan akibat hukum yang dilakukan dengan Pendekatan Undang-undang (*Statute Approach*) dan Pendekatan Konseptual (*conceptual approach*).

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Perlindungan hukum, yaitu segala upaya yang dilakukan untuk menjamin adanya kepastian hukum yang didasarkan pada keseluruhan peraturan atau kaidah-kaidah yang ada dalam suatu kehidupan bersama. Keseluruhan peraturan itu dapat dilihat baik dari Undang -Undang maupun Ratifikasi Konvensi Internasional. Perlindungan merek diberikan hanya kepada pemilik merek dagang yang merek dagangnya terdaftar. Perlindungan merek terjadi ketika hak merek dilanggar oleh pihak yang tidak memiliki hak merek. Dalam dunia perdagangan, merek memegang peranan penting karena merek terkenal dapat mempengaruhi keberhasilan suatu usaha, terutama dari segi pemasaran. Pelanggaran terhadap merek terkenal merupakan hal yang biasa terjadi dalam dunia bisnis. Pelanggaran terjadi karena salah satu pihak tidak berhak menggunakan merek terdaftar untuk kepentingannya sendiri. Ada banyak Penyebab yang menimbulkan terjadinya pelanggaran merek di Indonesia contohnya, adalah.<sup>5</sup>

- a) Hukum kekayaan intelektual Indonesia masih lemah dan umumnya pangsa pasar mereka lebih memilih harga dan kualitas rendah.
- b) Ketertarikan masyarakat pada barang terkenal dengan harga rendah
- c) Kemampuan beli masih sedikit
- d) Kurangnya kepedulian terhadap kualitas barang
- e) Kesadaran masyarakat akan pelanggaran merek masih rendah
- f) Kondisi ekonomi masyarakat cenderung membeli merek palsu karena lebih murah.

Perlindungan secara refresif diberikan kepada seseorang apabila telah terjadi pelanggaran hak atas merek. Pemilik merek terdaftar mendapat perlindungan atas pelanggaran hak atas merek yang dimilikinya baik itu dalam bentuk gugatan ganti rugi

---

<sup>5</sup> Enny Mirfa, Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terdaftar, *Jurnal Hukum Samudra Keadilan*, Vol.11, No. 1, Januari-Juni 2016 h. 66.

(dan gugatan pembatalan pendaftaran merek) maupun berdasarkan tuntutan hukum perdata maupun hukum pidana melalui aparat penegak hukum. Dengan berlakunya Undang-Undang Tentang Merek dan Indikasi Geografis di Indonesia hal-hal yang berkaitan dengan pencatutan, pendomplengan, penggunaan nama maupun *domain name* atas suatu merek yang telah terkenal merupakan musuh besar bagi perkembangan industri sebuah perusahaan.<sup>6</sup> Berdasarkan penjelasan diatas, memberikan pemahaman bahwa perlindungan hukum merupakan gambaran dari bekerjanya fungsi hukum untuk mewujudkan tujuan-tujuan hukum yaitu keadilan, kemanfaatan dan kepastian hukum. Perlindungan hukum adalah suatu perlindungan yang diberikan kepada subyek hukum sesuai dengan aturan hukum, baik itu bersifat represif dan preventif, baik secara tertulis maupun tidak tertulis dalam rangka penegakkan hukum.

Memperdagangkan barang atau, merek merupakan suatu aspek penting yang mempengaruhi kesuksesan dari sebuah produk barang atau jasa. Hal ini disebabkan oleh tujuan penggunaan merek adalah untuk memudahkan konsumen membedakan produk yang satu dengan yang lainnya sehubungan dengan kualitas, kepuasan, dan kesetiaan pada suatu produk. Adapun bentuk merek berupa gambar, logo, nama, kata, huruf angka, susunan, warna dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) kata dimensi, suara, hologram atau kombinasi dari 2 (dua).<sup>7</sup> Peranan merek yang sangat penting membuat pelaku usaha berlomba-lomba untuk membangun citra merek (*brand image*) yang baik pada produknya membuat harga dari suatu produk mahal bukanlah produk itu sendiri, tetapi mereknya.<sup>8</sup> Contohnya seperti produk-produk dari *Apple Inc* yang berhasil membangun citra mereka yang baik dimata masyarakat. Masyarakat percaya bahwa produk dari *Apple Inc* dengan mereknya yang berupa gambar buah apel dengan bekas gigitan, memiliki kualitas yang lebih baik dari pada pesaing-pesaingnya.

Begitupun juga Gojek dan Tokopedia yang selalu ingin mempertahankan citra mereknya yang telah baik dimasyarakatnya. Gojek adalah perusahaan teknologi yang menawarkan jasa ojek *online*. Sedangkan Tokopedia merupakan perusahaan teknologi yang menyediakan tempat jual-beli *online*. Dari kedua perusahaan ternama ini mereka membentuk sebuah kerja sama atau penggabungan perusahaan atau merger dengan nama perusahaan GoTo Grup. Kemudian CEO GoTo, Andre Soelistyo, menyatakan bahwa GoTo Group akan menjadi induk perusahaan yang membawahi Gojek dan Tokopedia, dan GoTo Finansial.<sup>9</sup> Dengan margernya dua startup *unicorn* ini, digadang-gadang akan menjadi kekuatan bisnis yang besar di Indonesia.

Namun enam bulan kemudian, merek GoTo milik Gojek dan Tokopedia (dalam hal ini didaftarkan oleh PT Aplikasi Karya Anak bangsa) digugat oleh PT Terbit Finansial Teknologi (selanjutnya disebut PT TFT). PT TFT mengaku bahwa ia adalah pemilik satu-satunya dan pemegang hak atas merek yang sah terhadap merek "GOTO" dengan bukti sertifikat merek bernomor pendaftaran IDM00085218 dan keterangan tanggal dimulai yaitu tanggal 10 Maret 2020. Maka dari itu, PT TFT menggugat Gojek dan Tokopedia atas pelanggaran Hak atas merek "GOTO", "GoTo" dan "GoTo finansial" milik mereka yang mempunyai persamaan dengan merek GOTO milik PT TFT. Atas perkara ini PT TFT

<sup>6</sup> Usman, Rachmadi, 2003, *Hukum Hak atas kekayaan intelektual*, Alumni, Bandung, h. 45.

<sup>7</sup> Indonesia undang-undang merek indikasi geografis nomor 20 tahun 2016, LN nomor 252 tahun 2016, TLN No. 5953, Ps 1 angka 1.

<sup>8</sup> Miftahul Hag, "Tinjauan Yuridis terhadap penyelesaian sengketa pembatalan pendaftaran merek berdasarkan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek; Studi Kasus pada Putusan-putusan Pengadilan Niaga Jakarta Pusat; (Tesis Universitas Sumatera Utara, Medan, 2007), h.17.

<sup>9</sup> Manica wareza, "Gojek dan Tokopedia Merger, ini Susunan menegernya,"

<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20210517122143-37-245944/gojek-dantokopedia-merger-ini-susunan-managernya>, diakses 13 april 2023

meminta pengadilan menghukum Gojek dan Tokopedia membayar ganti rugi material maupun immateria dan meminta Gojek dan Tokopedia menghentikan penggunaan merek "GOTO" atau segala variannya. Berlanjut mengenai PT TFT yang melaporkan Gojek dan Tokopedia, PT TFT menuding pihak Gojek dan Tokopedia telah melanggar hak merek yang digunakan yakni GoTo yang dinilai memiliki persamaan nama pada merek yang dimiliki PT TFT. Dapat dilihat bahwa tulisan pada merek "GoTo", GOTO, dan GoTo financial memiliki kesamaan satu sama lain.

Pada Pasal 21 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang dimaksud kesamaan pada hakekatnya adalah kesamaan yang disebabkan oleh adanya unsur yang dominan antara satu merek dengan merek lainnya sehingga menimbulkan kesan sama, baik dari bentuk, cara penempatan, cara penulisan maupun gabungan unsur-unsurnya, serta kesamaan bunyi dalam penyebutan. Hal ini juga dipertegas dalam Putusan Mahkamah Agung Nomor 789 K/PDT.SUS-HKI/2016, disebutkan bahwa suatu merek dinyatakan mempunyai kesamaan pada pokoknya atau pada keseluruhannya apabila memiliki: kesamaan bentuk, kesamaan komposisi, kesamaan dalam kombinasi, kesamaan dalam elemen, kesamaan suara, dan/atau kesamaan penampilan.<sup>10</sup> Dengan demikian, merek "GoTo" dan "GoTo Financial" pada prinsipnya memiliki kesamaan dengan merek GOTO yang dimiliki oleh PT TFT, yaitu kesamaan suara dan cara penulisan. Selain itu, sistem perlindungan merek di Indonesia menganut sistem konstitutif atau *first to file* Artinya, siapa yang mendaftarkan terlebih dahulu, dia lah pemiliknya. Hal ini tertuang pada Pasal 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Jika dilihat dalam pangkalan data kekayaan intelektual milik Direktur Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (DJKI), merek GOTO milik PT TFT telah berstatus terdaftar pada kelas 42 (Jasa penelitian dan teknologi dan penelitian dan rancangan yang berhubungan dengannya: jasa penelitian dan analisis industri; perancangan dan pengembangan perangkat keras dan perangkat lunak komputer) dengan nomor pendaftaran IDM000858218 dan memiliki tanggal dimulai perlindungan sejak 10 Maret 2020. Sedangkan merek GoTo milik Gojek dan Tokopedia masih berstatus dalam proses di semua kelas yang didaftarkanya, termasuk kelas 42. dan memiliki tanggal dimulai perlindungan yaitu tanggal 6 Maret 2021. Begitu pula dengan merek GoTo Financial milik Gojek yang masih berstatus dalam proses di semua kelas yang didaftarkanya, termasuk kelas 42, dan memiliki tanggal dimulai perlindungan yaitu tanggal 19 Mei 2021.<sup>11</sup>

Dengan demikian, PT TFT memanglah memiliki hak atas merek GOTO pada kelas 42. Namun, perlu juga diketahui bahwa Gojek dan Tokopedia tidak hanya mendaftarkan merek GoTo pada kelas 42 saja. Dengan didaftarkanya pula merek GoTo oleh PT Aplikasi Karya Anak Bangsa di kelas lainnya, menunjukkan bahwa terdapat merek GoTo milik PT Aplikasi Karya Anak Bangsa yang tidak sejenis dengan merek GOTO milik PT TFT. Maksud dari barang dan/atau jasa sejenis di sini adalah berada dalam kelas merek yang sama. Barang yang memiliki persamaan baik pada pokoknya maupun pada keseluruhannya masih tetap dapat digunakan apabila bukan merupakan barang sejenis. Seperti halnya pada Putusan MA Nomor 450 K/Pdt.Sus-HKI/2014 di mana Lexus yang terdaftar pada kelas 12, 18, 09, 36, 37, dan 39 menggugat Prolexus yang terdaftar pada kelas 25. Mahkamah Agung menolak gugatan Lexus karena pada dasarnya Prolexus bukan merupakan barang yang

<sup>10</sup> Mahkamah Agung Republik Indonesia, Putusan No. 789 K/PDT.SUS-HKI/2016, h. 21.

<sup>11</sup> 2021 14 Pangkalan Data Kekayaan Intelektual, "Merek <https://pdki-indonesia.dgip.go.id/search?type=trademark&keyword=goto&page=1>, diakses 14 april 2023

sejenis. Berkaitan dengan hal-hal di atas, merujuk kepada ketentuan Pasal 21 Ayat (2) Huruf a Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis bahwa "Permohonan ditolak jika Merek tersebut mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan Merek terdaftar milik pihak lain atau dimohonkan lebih dahulu oleh pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis" yang memiliki arti walaupun GoTo yang didaftarkan Gojek dan Tokopedia diwakili oleh PT Karya Anak Bangsa memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek GOTO milik PT TFT yang telah terdaftar terlebih dahulu. Menanggapi hal ini Direktur Merek dan Indikasi Geografis menjelaskan bahwa keputusan DJKI memberikan sebagian merek barang/jasa kepada 'GoTo' pada Gojek dan Tokopedia yang teregistrasi dengan nomor IDM000936923 karena merek yang didaftarkannya itu berbeda dari PT Terbit Financial Technology. "Diterimanya merek GoTo milik Gojek dan Tokopedia untuk jenis barang dan/atau jasa yang tidak sejenis dari merek GOTO milik PT Terbit Financial Technology."<sup>12</sup>

Kendati demikian, merek GoTo tidak bisa dikuasai Gojek dan Tokopedia sendirian sebab tidak semua jenis barang dan/atau jasa diberikan untuk kedua *unicorn* tersebut. Ada beberapa permohonan perlindungan barang/jasa merek yang ditolak pendaftarannya karena memiliki persamaan dengan milik PT Terbit Financial Technology. Jadi, tidak semua jenis barang dan/atau jasa yang diajukan Gojek dan Tokopedia untuk merek GoTo dikabulkan. Hal ini berdasarkan ketentuan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis pada Pasal 20 dan 21 dalam hal ini khususnya Pasal 21 Ayat 1 Huruf A.

## KESIMPULAN

Mekanisme untuk mendapatkan hak atas merek yaitu pemegang merek berkewajiban untuk mendaftarkan merek yang akan digunakannya terlebih dahulu kepada Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual. Hal tersebut sesuai dengan sistem pendaftaran merek yang dianut oleh Undang-Undang yaitu sistem *First to file* artinya siapa pendaftar pertama maka dia berhak atas hak merek tersebut. Dalam Hal ini DJKI juga menjelaskan bahwa permohonan merek dapat ditolak apabila merek memiliki persamaan dengan merek yang sudah terdaftar milik orang lain. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis juga telah mengakomodir seluruh pengaturan terhadap pendaftaran merek. Begitu pula dengan indikator penilaian terhadap pendaftaran merek yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis telah memuat indikator penilaian terhadap pendaftaran merek dan harus memperhatikan salah satu indikator yang paling penting yaitu, unsur persamaan pada pokoknya. Unsur persamaan pada pokoknya ini dapat terindikasikan dari Persamaan konotasi dalam sebuah merek dengan merek lainnya yang dapat dijadikan faktor untuk menolak pendaftaran terhadap suatu merek. Hal ini karena persamaan konotasi dapat digolongkan sebagai persamaan pada pokoknya dalam pendaftaran suatu merek. Persamaan konotasi dapat menimbulkan kesan yang membingungkan dalam masyarakat. Penyelesaian perkara Goto sebagai upaya dalam menyelesaikan adanya kesamaan dalam merek saat pendaftaran, upaya hukum melalui gugatan di pengadilan niaga setempat sebagai upaya hukum jika terbukti secara sah menggunakan merek tanpa izin. Upaya yang dalam penyelesaian sengketa merek oleh Goto ini dapat dilakukan dengan langkah tindakan tegas. Upaya yang dilakukan GOTO PT. Terbit Finansial Technology berlandaskan pada masalah administrasi pendaftaran dalam hal hak kekayaan intelektual yang dimiliki oleh kedua belah pihak.

Gugatan akan memutuskan hak kepemilikan dan melakukan upaya ganti kerugian terhadap merek yang dipakai baik itu menyerupai atau sama dengan merek lainnya.

## **REFERENSI**

### **Jurnal**

Enny Mirfa, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terdaftar*, *Jurnal Hukum Samudra Keadilan*, Vol. 11, No. 1, Januari-Juni 2016.

Teng berlianty " Pendaftaran Merek Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah untuk memperkuat daya saing menghadapi masyarakat Ekonomi Asia " *Sasi* Vol. 23 No 1. (2017).

Yunus Marlon Lopulalan, Rory Jeff Akyuwen, Marselo Valentino Geovani Pariela. Hak Cipta Logo Yang Didaftarkan Sebagai Merek, *TATOHI Jurnal Ilmu Hukum* Vol. 1, No. 1 (2021).

### **Buku**

Adrian Sutedi, *Hak Atas Kekayaan Intelektual*, Jakarta: Sinar Grafika, 2009.

Usman, Rachmadi, *Hukum Hak atas kekayaan intelektual*, Alumni, Bandung, 2003.

### **Online, Dan Lain-Lain**

Miftahul Hag, " *Tinjauan Yuridis terhadap penyelesaian sengketa pembatalan pendaftaran merek berdasarkan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek; Studi Kasus pada Putusan-putusan Pengadilan Niaga Jakarta Pusat; (Tesis Universitas Sumatera Utara, Medan, 2007), h.17, Gojek, " About " <https://www.gojek.com/en-id/about/>, diakses 13 april 2023.*