

**ANALISIS SISTEM PENDAFTARAN MEREK DALAM KASUS
PEMBATALAN MEREK ZHE NUNG ZHU
(STUDI PUTUSAN MAHKAMAH AGUNG NOMOR 704K/PDT.SUS-
HKI/2021)**

***ANALYSIS OF THE TRADEMARK REGISTRATION SYSTEM IN THE
CANCELLATION CASE OF THE "ZHE NUNG ZHU" TRADEMARK
(A STUDY OF SUPREME COURT DECISION NO. 704 K/PDT.SUS-
HKI/2021)***

Yolanda Pusvita Sari, Saidin dan Hasim Purba

Magister Kenotariatan , Universitas Sumatera Utara

Korespondensi Penulis : yolandapusvitasari958@gmail.com, ok_saidin@yahoo.com,
hasimpurba@gmail.com

Citation Structure Recommendation :

Sari, Yolanda Pusvita, Saidin dan Hasim Purba. *Analisis Sistem Pendaftaran Merek dalam Kasus Pembatalan Merek Zhe Nung Zhu (Studi Putusan Mahkamah Agung Nomor 704K/Pdt.Sus-HKI/2021)*. Rewang Rencang : Jurnal Hukum Lex Generalis. Vol.6. No.4 (2025).

ABSTRAK

Indonesia menerapkan sistem pendaftaran merek *First to File* berdasarkan UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang memberikan perlindungan hukum kepada pihak yang pertama mendaftarkan mereknya, namun penerapannya menghadapi tantangan seperti dalam kasus pembatalan merek "Zhe Nung Zhu & Lukisan" yang diputus melalui Putusan MA No. 704K/Pdt.Sus-HKI/2021. Melalui penelitian hukum normatif yang bersifat deskriptif analitis dengan menggunakan data sekunder dan analisis kualitatif, ditemukan bahwa faktor-faktor penyebab pembatalan merek meliputi pertentangan dengan ideologi negara dan peraturan perundang-undangan, tidak memiliki daya pembeda, pendaftaran dengan itikad tidak baik, serta adanya persamaan pada pokoknya dengan merek terdaftar sebelumnya. Sistem perlindungan hukum merek Indonesia menerapkan mekanisme berlapis melalui perlindungan preventif (pemeriksaan administratif dan substantif) dan represif (sanksi serta mekanisme pembatalan), dimana dalam putusan tersebut Mahkamah Agung menerapkan Pasal 21 ayat (1) huruf a UU No. 20 Tahun 2016 dengan mempertimbangkan bahwa merek "Zhe Nung Zhu & Lukisan" milik Darma Iliadi memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek "Lukisan" milik Dhalim Soekodanu yang telah terdaftar sejak 1991 serta didaftarkan dengan itikad tidak baik, sehingga pembatalan diperlukan untuk melindungi hak pemilik merek yang sah dan mencegah kerancuan konsumen.

Kata Kunci: Merek, Pembatalan Merek, Sistem Pendaftaran

ABSTRACT

Indonesia applies the First to File trademark registration system based on Law No. 20 of 2016 on Trademarks and Geographical Indications which provides legal protection to the party who first registers their trademark, however its implementation faces challenges such as in the case of cancellation of the trademark "Zhe Nung Zhu & Lukisan" decided through Supreme Court Decision No. 704K/Pdt.Sus-HKI/2021. Through normative legal research with descriptive analytical approach using secondary data and qualitative analysis, it was found that the factors causing trademark cancellation include contradiction with state ideology and legislation, lack of distinctiveness, registration with bad faith, and similarity in essence with previously registered trademarks. Indonesia's trademark legal protection system implements layered mechanisms through preventive protection (administrative and substantive examination) and repressive protection (sanctions and cancellation mechanisms), where in the decision the Supreme Court applied Article 21 paragraph (1) letter a of Law No. 20 of 2016 by considering that the trademark "Zhe Nung Zhu & Lukisan" owned by Darma Iliadi has similarity in essence with the trademark "Lukisan" owned by Dhalim Soekodanu which has been registered since 1991 and was registered with bad faith, so cancellation is necessary to protect the rights of legitimate trademark owners and prevent consumer confusion.

Keywords: Registration System, Trademark Cancellation, Trademark

A. PENDAHULUAN

Manusia pada dasarnya adalah makhluk ciptaan yang unik karena di karuniakan akal pengetahuan beserta pemikiran yang tak terbatas terhadap sesuatu hal di kehidupan ini, hal tersebut pada era globalisasi sekarang sudah menjadi salah satu sumber daya yang berasal dari sebuah hasil pemikiran manusia yang bebas dan ekspresif yang dinamakan hak kekayaan intelektual.¹ Hak Kekayaan Intelektual (selanjutnya disebut HKI) adalah hak yang berasal dari hasil kegiatan kreatif suatu kemampuan daya pikir manusia yang diekspresikan kepada khalayak umum dalam berbagai bentuknya, yang memiliki manfaat serta berguna dalam menunjang kehidupan manusia, dan bernilai ekonomis.² HKI adalah hak untuk menikmati secara ekonomis hasil dari suatu kreativitas intelektual.³

¹ Muhammad Djumhana dan R. Djubaedilah, *Hak Milik Intelektual (Sejarah, Teori dan Praktiknya di Indonesia)*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2011, p.17.

² Hery Firmansyah, *Perlindungan Hukum terhadap Merek*, Pustaka Yustisia, Jakarta, 2011, p.15.

³ Maryana, Gozali Abdillah dan Cecep Samsul, *Hak Kekayaan Intelektual Menurut Hukum Islam dan Hukum Adat*, Jurnal Scientica, Vol.1, No.2 (2013), p.59.

Merek merupakan bagian dari HKI, sebagai suatu hak yang lahir dari kemampuan intelektual manusia.⁴ Merek adalah salah satu bagian dari wujud karya intelektual memiliki peranan penting bagi kelancaran dan peningkatan perdagangan barang atau jasa dalam kegiatan perdagangan dan investasi yang terjadi pada perkembangan globalisasi sekarang ini. Demikian pentingnya peranan merek ini, maka terhadapnya dilekatkan perlindungan hukum, yakni sebagai objek terhadapnya terkait hak-hak perseorangan atau badan hukum.⁵ Fungsi merek tidak hanya sekedar untuk membedakan suatu produk dengan produk yang lain, melainkan juga berfungsi sebagai aset perusahaan yang tidak ternilai harganya, khususnya untuk merek-merek yang berpredikat terkenal (*well-know mark*).⁶

Merek dapat dibedakan atas tiga jenis, menurut Pasal 1 angka 2, 3, dan 4 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek Dan Indikasi Geografis yaitu merek dagang, merek jasa dan merek kolektif. Merek dagang adalah merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang-barang sejenis lainnya, merek jasa adalah merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa sejenis lainnya,⁷ dan merek kolektif adalah merek yang digunakan pada barang dan/atau jasa dengan karakteristik yang sama mengenai sifat, ciri umum, dan mutu barang atau jasa serta pengawasannya yang akan diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa sejenis lainnya. Merek kolektif ini biasa dikatakan bagian dari merek dagang dan jasa.⁸

⁴ Azhari A. R. dan Daniel Simanungkalit, *Perlindungan Hukum Merek Terdaftar Pertama atas Tindakan Pendaftaran oleh Pihak Lain (Studi Kasus Putusan Mahkamah Agung Republik Indonesia Nomor 750K/Pdt.Sus-HKI/2018)*, Jurnal Hukum dan Kemasyarakatan Al-Hikmah, Vol.1, No.2 (Desember 2020), p.210.

⁵ Adrian Sutedi, *Hak Atas Kekayaan Intelektual*, Sinar Grafika, Jakarta, 2009, p.91–92.

⁶ OK. Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Inteltual (Intellectual Property Right)*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2004, p.359.

⁷ Muhammad Djumhana dan R. Djubaedilah, *Hak Milik Intelektual (Sejarah, Teori dan Praktiknya di Indonesia)*, p.228.

⁸ Zaeni Asyhadie, *Hukum Keperdataan dalam Persoektif Hukum Nasional KUHPperdata (BW) Hukum Islam dan Hukum Adat*, Rajawali Pers, Depok, 2018, p.244.

Merek harus didaftarkan untuk mendapatkan perlindungan hukum dalam bentuk hak atas merek. Hak merek yaitu hak eksklusif karena hak tersebut merupakan hak yang sangat pribadi bagi pemiliknya dan diberi hak untuk menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya.⁹

Berdasarkan Pasal 1 angka (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, bahwa: “Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa”.

Dalam sistem hukum merek, untuk diakui sebagai merek dan dilindungi di bawah rezim hukum merek, harus terlebih dahulu ditempuh proses pendaftaran merek dan uji substansif.¹⁰ Pendaftaran merek sangat penting, mengingat hak atas merek sebagai hak eksklusif bagi pemilik merek timbul dari adanya pendaftaran.¹¹ Jadi pemegang merek baru akan diakui atas kepemilikan mereknya kalau merek itu dilakukan pendaftaran. Hal ini sesuai dengan prinsip yang dianut dalam Undang-Undang Merek Indonesia, yaitu *first to file principle*, maka seseorang yang ingin memiliki hak atas merek, dia harus melakukan pendaftaran atas merek yang bersangkutan.¹²

Perlindungan hukum merek di Indonesia didasarkan pada prinsip itikad baik dan sistem *first to file*. Prinsip itikad baik mengharuskan pendaftar memiliki niat baik dalam mendaftarkan merek, sedangkan sistem *first to file* menyatakan bahwa merek yang didaftarkan lebih dahulu dengan itikad baik akan mendapatkan perlindungan hukum. Namun, jika terdapat merek yang terdaftar dengan kesamaan atau serupa dengan merek terdaftar sebelumnya dan pendaftar pertama merasa dirugikan, maka dapat dilakukan upaya hukum pembatalan merek, penghapusan merek, atau permohonan ganti rugi.

⁹ Ahmadi Miru, *Hukum Merek Cara Mudah Mempelajari Undang-Undang Merek*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2005, p.12.

¹⁰ Ahmad M. Ramli, *Cyber Law dan HKI Dalam Sistem Hukum Indonesia*, Refika Aditama, Bandung, 2004, p.10.

¹¹ Yusran Isnaini, *Buku Pintar HAKI*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2010, p.34.

¹² Abdulkadir Muhammad, *Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2001, p.120.



Salah satu contoh sengketa merek di Indonesia adalah sengketa merek “*Zhe Nung Zhu*” dan “Lukisan” yang menggunakan logo yang serupa. Dalam kasus ini, pemilik merek “Lukisan” mengajukan gugatan terhadap pemilik merek “*Zhe Nung Zhu*” karena merasa dirugikan oleh kesamaan merek dan dugaan itikad tidak baik dalam mendaftarkan merek tersebut. Penggugat sejak tahun 1982 telah menjalankan usaha perdagangan produk-produk obat tradisional China (*Traditional Chinese Medicine*) berbagai merek di wilayah Indonesia, antara lain menggunakan Merek “Lukisan” sebagai logo produknya untuk membedakan produk-produk milik Penggugat dengan produk-produk sejenis milik perusahaan lainnya. Penggugat juga mengajukan permohonan pendaftaran Merek dengan logo “Lukisan” tersebut kepada Pemerintah Republik Indonesia cq Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia cq Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual cq Direktorat Merek dan Indikasi Geografis (Turut Tergugat) dengan menambahkan kombinasi kata dalam huruf Mandarin dan huruf latin yang dibaca “*Yao Wang Seh Ol Tian You*”, dengan Nomor Permohonan D002013060366 tanggal 17 Desember 2013. Selanjutnya Merek tersebut telah terdaftar dibawah Daftar No. IDM000532946 tanggal 27 Mei 2016, atas nama Dhalim Soekodanu (Penggugat), pada golongan produk kelas 05.

Penggugat merupakan pendaftar pertama (*first to file*) dan penggunapertama (*first to use*) atas merek atau logo tersebut di Indonesia. Sejak Undang- Undang Merek Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek, hingga saat ini berlaku Undang- Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, sistem pendaftaran Merek yang berlaku di Indonesia menganut asas “*first to file*”, sehingga secara yuridis Merek yang telah terdaftar pertama kali akan menghalangi permohonan pendaftaran Merek yang memiliki persamaan untuk barang sejenis dari pihak lainnya. Akan tetapi berdasarkan hasil penelusuran Penggugat pada Turut Tergugat ternyata diperoleh data dan fakta telah terdaftar Merek “*Zhe Nung Zhu & Lukisan*” Daftar No. 485575 tanggal 07 Agustus 2001 yang diperpanjang dibawah Daftar No. IDM000242793 tanggal 30 Maret 2010, atas nama Darma Iliadi (Tergugat) pada kelompok produk kelas 05 juga.

Apabila diperbandingkan antara Merek Penggugat dengan Merek Tergugat maka jelas terlihat adanya kemiripan yang disebabkan oleh adanya unsur yang dominan dan essensial antara Merek Penggugat yang telah terdaftar lebih dahulu dengan Merek Tergugat, yaitu:

Tabel. 1.

Perbandingan Merek Para Pihak

| Merek Penggugat | Merek Tergugat |
|---|--|
|  |  |

Tergugat diduga dalam mendaftarkan Mereknya memiliki niat untuk meniru, menjiplak, atau mengikuti Merek Penggugat yang telah terdaftar lebih dahulu, demi kepentingan usahanya sehingga akan berpotensi menimbulkan kondisi persaingan usaha tidak sehat, mengecoh, atau menyesatkan konsumen, dimana konsumen akan mengira bahwa antara Merek Penggugat dengan Merek Tergugat tersebut seakan-akan memiliki hubungan satu sama lainnya. Setelah penggugat mengajukan Gugatan Pembatalan Merek Terdaftar milik tergugat ke Pengadilan Niaga Jakarta Pusat sesuai dengan Pasal 76 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, dengan harapan merek tersebut dapat dibatalkan pendaftarannya dalam Daftar Umum Merek Direktorat Merek dan Indikasi Geografis.

Dalam proses persidangan sengketa merek *Zhe Nung Zhu* di Pengadilan Niaga Jakarta Pusat dengan Nomor Perkara 55/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst, Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat memutuskan bahwa penggugat adalah pendaftar pertama dan tergugat beritikad tidak baik, serta memerintahkan pembatalan merek tergugat.¹³ Namun, tergugat tidak menerima putusan tersebut dan mengajukan Kasasi dengan Nomor Perkara 704 K/Pdt.Sus-HKI/2021. Pemohon Kasasi yang semula adalah tergugat meminta agar menerima permohonan kasasi dan memori kasasi dari pemohon kasasi/tergugat dan membatalkan Putusan Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat Nomor 55/Pdt.Sus-Merek/2020/PN Niaga.Jkt.Pst.

¹³ Pengadilan Negeri Jakarta Pusat, *Putusan Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat Nomor 55/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst.*

Namun Kasasi yang diajukan oleh pemilik merek *Zhe Nung Zhu* ditolak oleh Mahkamah Agung, karena merek milik tergugat dalam perkara *a quo* memiliki persamaan pada pokoknya sebagaimana dimaksudnya Pasal 21 ayat (1) huruf a Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dengan merek milik penggugat, bahwa pendaftaran merek milik tergugat dilakukan dengan itikad tidak baik dan Putusan Pengadilan Negeri Jakarta Pusat dalam perkara ini tidak bertentangan dengan hukum dan/atau Undang-Undang, sehingga permohonan kasasi yang diajukan oleh Pemohon Kasasi (Darma Iliadi) tersebut harus ditolak.¹⁴

Pembatalan merek dagang *Zhe Nung Zhu* mengakibatkan bahwa pemilik merek tersebut tidak lagi mendapatkan perlindungan hukum dan nama merek dagang sudah tidak ada lagi dalam Daftar Umum Merek. Pembatalan merek dagang juga berakibat bahwa pemilik merek dagang tidak lagi meminta ganti kerugian. Hal ini sesuai dengan Pasal 68 ayat (5) Undang-Undang Merek yaitu “Pembatalan dan Pencoretan pendaftaran Merek sebagaimana dimaksud pada ayat (2) mengakibatkan berakhirnya perlindungan hukum atas merek tersebut untuk seluruh atau sebagian jenis barang yang sama”.

Dalam kasus ini, putusan pengadilan memberikan perlindungan hukum kepada pendaftar pertama dan mengakui adanya itikad tidak baik dalam pendaftaran merek yang serupa.¹⁵ Hal ini menunjukkan pentingnya kesadaran akan perlindungan merek dan pemahaman tentang hak-hak terkait dengan merek. Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual juga diharapkan dapat lebih selektif dalam menerima permohonan pendaftaran merek untuk mencegah terjadinya pelanggaran merek di masa depan.¹⁶ Penelitian ini menunjukkan bahwa pembatalan merek *Zhe Nung Zhu* merupakan suatu bentuk perlindungan hukum, terutama kepada pihak yang sudah mendaftarkan mereknya lebih dahulu (*first to file*). Dalam penelitian ini, peneliti merujuk pada Putusan Mahkamah Agung Nomor 704K/Pdt.Sus-HKI/2021, yang telah memiliki kekuatan hukum tetap. Putusan ini memberikan informasi dan interpretasi terkait dengan kasus sengketa merek “*Zhe Nung Zhu*” dan “Lukisan” yang menjadi fokus penelitian.

¹⁴ Putusan Mahkamah Agung Nomor Perkara 704 K/Pdt.Sus-HKI/2021.

¹⁵ Lionita Purba Lobo dan Indriani Wauran, *Kedudukan Istimewa Merek Terkenal (Asing) dalam Hukum Merek di Indonesia*, Masalah-Masalah Hukum, Vol.50, No.1 (Januari 2021), p.70.

¹⁶ M.A.Masnum dan R.N. Pratama, *Analisis Penghapusan Merek Terdaftar atas Perkara Menteri Karena Bertentangan dengan PPU*, Jurnal IUS, Vol.8, No.3 (2020), p.484.

Adapun penelitian ini penting karena alasan-alasan sebagai berikut:

1. Penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang penerapan prinsip *first to file* dalam sistem hukum merek Indonesia. Analisis kasus *Zhe Nung Zhu* akan menunjukkan interpretasi terkini dari pengadilan terhadap prinsip ini dalam konteks sengketa merek, serta bagaimana prinsip tersebut diterapkan dalam praktik peradilan. Hal ini penting untuk memberikan kejelasan hukum bagi pelaku usaha dan praktisi hukum dalam strategi perlindungan merek.
2. Kasus ini menggambarkan kompleksitas dalam menentukan hak atas merek ketika terjadi konflik antara pendaftar pertama dan dugaan itikad tidak baik. Penelitian dapat membantu mengklarifikasi bagaimana pengadilan menyeimbangkan prinsip *first to file* dengan pertimbangan itikad baik dalam pendaftaran merek. Hasil analisis ini dapat menjadi referensi penting bagi pelaku usaha dalam melindungi merek mereka dan bagi praktisi hukum dalam menangani kasus-kasus serupa di masa depan.
3. Studi kasus ini dapat menjadi pembelajaran bagi masyarakat umum tentang pentingnya pendaftaran merek dan konsekuensi hukumnya. Penelitian dapat membantu meningkatkan pemahaman publik tentang kompleksitas sengketa merek dan proses penyelesaiannya, sekaligus menganalisis bagaimana putusan ini mungkin mempengaruhi proses dan standar pemeriksaan merek oleh DJKI. Hal ini penting untukantisipasi perubahan dalam praktik pendaftaran dan perlindungan merek di Indonesia, serta meningkatkan kesadaran akan pentingnya perlindungan kekayaan intelektual.

Adapun permasalahan yang akan dibahas dalam tulisan ini antara lain:

1. Apa faktor-faktor yang menyebabkan pembatalan merek terdaftar berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis?
2. Bagaimana sistem pendaftaran merek dalam memberikan perlindungan hukum terhadap merek terdaftar?
3. Bagaimana pertimbangan hukum Mahkamah Agung dalam memutuskan pembatalan merek terdaftar *Zhe Nung Zhu* berdasarkan Putusan Nomor 704K/Pdt.Sus-HKI/2021?

B. PEMBAHASAN

1. Faktor-Faktor yang Menyebabkan Pembatalan Merek Terdaftar Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

Persamaan konotasi pada merek merupakan persamaan makna yang terkandung pada suatu merek dengan merek lain yang telah terdaftar. Persamaan konotasi ini tidak bisa dilihat secara langsung, namun perlu pemahaman lebih lanjut mengenai pemahaman dari arti suatu merek. Jika melihat pada pertemuan dalam *World Trade Mark Symposium di Cannes*, Perancis tanggal 5–9 Februari 1992 memberikan beberapa unsur yang dapat digunakan sebagai patokan untuk menilai persamaan pada pokoknya, yaitu persamaan penampilan (*similarity of appearance*), persamaan bunyi (*sound similarity*), persamaan konotasi (*connotation similarity of appearance*), persamaan kesan dalam perdagangan (*similarity in commercial impression*), dan persamaan jalur perdagangan (*trade cannel similarity*).¹⁷

Rahmi Janed juga mengemukakan bahwa persamaan pada pokoknya dianggap terwujud apabila merek hampir mirip (*nearly resembles*) dengan merek orang lain yang didasarkan pada kemiripan penampilan, kemiripan bunyi, dan kemiripan konotasi.¹⁸ Persamaan ini terkait dengan konsep “*a likelihood of confusion*”. Konsep ini ada pada situasi dimana masyarakat salah menilai identitas produk barang atau jasa. Konsep ini juga diterapkan dalam kasus masyarakat percaya bahwa merek tersebut berasal dari perusahaan yang sama. Sehingga dapat menimbulkan suatu kesan membingungkan di masyarakat dalam memilih suatu merek produk.¹⁹

¹⁷ Charles Yeremia Far-Far, Sentot P. Sigitto dan M. Zairul Alam, *Tinjauan Yuridis Pembatalan Merek Dagang Terdaftar Terkait Prinsip Itikad Baik (GOOD FAITH) dalam Sistem Pendaftaran Merek (Studi Putusan Nomor 365K/Pdt.Sus-HaKI/2013)*, Jurnal Fakultas Hukum, Universitas Brawijaya Malang, 2014, p.32.

¹⁸ Rahmi Janed Parinduri Nasution, *Interface Hukum Kekayaan Intelektual dan Hukum Persaingan Penyalahgunaan HKI*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2015, p.231.

¹⁹ Rahmi Janed Parinduri Nasution, *Interface Hukum Kekayaan Intelektual dan Hukum Persaingan Penyalahgunaan HKI*.

Adapun faktor-faktor yang menyebabkan pembatalan merek terdaftar berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, di antaranya:

a. Persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya

Penerapan asas itikad tidak baik dalam pendaftaran merek dijadikan sebagai alasan pembatalan merek menurut UU Merek, bertujuan untuk mengetahui adanya penerapan persamaan pada pokoknya dan itikad tidak baik dalam suatu gugatan pembatalan pendaftaran merek. Alasan terjadinya suatu pembatalan pendaftaran merek yang didasarkan pada persamaan pada pokoknya sama dengan yang dibuktikan pada itikad tidak baik dalam suatu gugatan pembatalan terhadap pendaftaran merek. Karena itu pengertian mengenai itikad tidak baik juga tidak dapat dipisahkan dengan ketentuan yang berhubungan dengan Pasal 6 ayat (1) UU Merek yang berbunyi: Permohonan harus ditolak oleh Direktorat Jenderal apabila merek tersebut:

- 1) Mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek milik pihak lain yang sudah terdaftar lebih dahulu untuk barang atau jasa yang sejenis.
- 2) Mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek yang sudah terkenal milik pihak lain untuk barang atau jasa sejenis.
- 3) Mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan indikasi-geografis yang sudah dikenal.

Penjelasan Pasal 6 ayat (1) huruf a di atas, persamaan unsur pokok merupakan suatu kemiripan. Kemiripan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berasal dari kata “mirip” yang artinya hampir sama atau serupa.²⁰ Oleh karena itu, persamaan pada pokoknya pada suatu merek hanya hampir sama atau serupa bentuknya. Jadi semua elemen merek tidak harus tuntas sama atau bukan sama persis ataupun sama secara utuh.

Beberapa unsur yang paling penting dalam Pasal 6 ayat (1) UUM yaitu persamaan pada pokoknya, persamaan pada keseluruhannya dengan merek milik pihak lain yang sudah terdaftar lebih dahulu untuk barang atau jasa sejenis, serta merek terkenal. Persamaan pada keseluruhannya yaitu persamaan keseluruhan elemen.

²⁰ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2008, p.920.

Adanya persamaan pada pokoknya erat kaitannya dengan itikad tidak baik dalam hal persaingan tidak jujur dengan berupaya menggunakan merek dengan meniru merek yang sudah ada sebelumnya, sehingga merek atas barang atau jasa yang diproduksi secara pokoknya sama dan menimbulkan kesan kepada masyarakat seolah-olah barang atau jasa yang diproduksinya sama dengan merek yang sudah ada.²¹

Pengertian persamaan pada pokoknya sebagaimana yang diuraikan dalam penjelasan Pasal 6 ayat (1) Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek sesuai dengan doktrin “*nearly resembles*”, yang menganggap suatu merek mempunyai persamaan pada pokoknya dengan merek orang lain jika pada merek tersebut terdapat kemiripan (*identical*) atau hampir mirip (*nearly resembles*) dengan merek orang lain.²²

Adapun penentuan adanya kemiripan dapat didasarkan pada beberapa faktor. Diantaranya: (1) Kemiripan persamaan gambar; (2) Hampir mirip atau hampir sama susunan kata, warna, atau bunyi; (3) Tidak mutlak barang harus sejenis atau sekelas; dan (4) Pemakaian merek menimbulkan kebingungan nyata (*actual confusion*) atau menyesatkan (*deceive*) masyarakat konsumen. Faktor keempat merupakan faktor yang paling pokok dalam doktrin ini. Sebab pemakaian merek seolah-olah dianggap sama sumber produksi dan sumber asal geografis dengan merek orang lain atau disebut *likelihood confusion*. Sehingga di dalamnya terlihat unsur itikad tidak baik untuk membonceng ketenaran merek milik orang lain.²³ Selain itu, dalam menentukan ada tidaknya persamaan antara merek yang satu dengan yang lain, menurut Emmy Yuhassarie dikenal dua teori, yaitu *teori holistic approach* dan *dominancy*. Menurut teori *holistic approach*, untuk menentukan ada tidaknya persamaan merek harus dilihat secara keseluruhan baik dari bunyi, arti, ejaan, ataupun dari tampilan. Sedangkan menurut teori *dominancy*, hanya unsur yang paling dominan.²⁴

²¹ O. K. Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Right)*, p.357.

²² Dandi Pahusa, *Persamaan Unsur Pokok pada Merek Terkenal*, Jurnal Cita Hukum, Vol.2, No.1 (Juni 2015), p.182.

²³ M. Yahya Harahap, *Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek di Indonesia Berdasarkan UU No. 19 Tahun 1992*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000, p.417.

²⁴ Emmy Yuhassarie, *Hak Kekayaan Intelektual dan Perkembangannya*, Pusat Pengkajian Hukum, Jakarta, 2004, p.184.

Pengusaha yang beritikad tidak baik tersebut dalam hal persaingan tidak jujur berwujud penggunaan upaya-upaya atau ikhtiar-ikhtiar mempergunakan merek dengan meniru merek terkenal (*well know trade mark*) yang sudah ada sehingga merek atas barang atau jasa yang diproduksi secara pokoknya sama dengan merek atas barang atau jasa yang sudah terkenal (untuk barang atau jasa sejenis) dengan maksud menimbulkan kesan kepada khalayak ramai, seakan-akan barang atau jasa yang diproduksinya itu sama dengan produksi barang atau jasa yang sudah terkenal.²⁵

b. Bertentangan dengan moralitas dan ketertiban umum

Posisi hakim dalam memutus perkara berada di dalam 2 titik, yaitu titik keadilan dan titik kepastian hukum. Kadang putusan hakim sangat adil, tapi jauh dari kepastian hukum. FX. Jiwo Santoso, sebagai hakim ketua dalam menangani sengketa merek Buddha Bar, menyatakan bahwa adanya suatu pelanggaran ketertiban umum di dalam merek terdaftar Buddha Bar, yang tertera di dalam Pasal 1365 KUHPer mengenai Perbuatan Melawan Hukum. Perbuatan melawan Hukum (PMH) diartikan secara luas adalah:

- 1) Melanggar Hak Subjektif Seseorang.
- 2) Bertentangan dengan kewajiban hukum pelaku.
- 3) Bertentangan dengan kesusilaan.
- 4) Bertentangan dengan kepatutan dalam pergaulan.²⁶

Dalam hal bertentangan dengan norma kesusilaan, adalah norma yang oleh masyarakat adalah norma yang diterima sebagai norma hukum tidak tertulis, yaitu norma yang diyakini di dalam masyarakat secara filosofis dan menjadi acuan bertindak setiap insan masyarakat pada umumnya. Sedangkan dalam hal bertentangan dengan kepatutan yang berlaku dalam pergaulan masyarakat adalah penyelenggaraan kepentingan yang melanggar kepentingan orang atau pihak lain. Artinya orang tersebut telah berperilaku tidak patut, dan karenanya telah melanggar hukum. Perilaku ini sebenarnya berhubungan dengan norma yang tidak tertulis. Sehingga dalam mengkualifikasikan suatu perilaku dalam kategori ini, maka norma yang dilanggar harus dirumuskan terlebih dahulu.

²⁵ O. K. Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Inteltual (Intellectual Property Right)*, p.357.

²⁶ *Ibid.*

Larangan mengenai perilaku ketidakpatutan sangat luas sekali sehingga tidak dapat dirinci, bahkan sulit untuk diberikan patokan secara umum. Karena kepatutan bersumber dari dasar nilai yang dianut oleh setiap keadaan sosiologis filosofis dari masyarakat tertentu dan keadaan masyarakat yang satu, berbeda dengan keadaan masyarakat yang lain. Hakim telah memberikan suatu penilaian bahwa tindakan PT. Nireta Vista Creative melanggar kepatutan yang ada di dalam masyarakat Indonesia pada umumnya, khususnya masyarakat umat Buddha. Ketidakpatutan ini telah dibuktikan hakim dengan adanya penistaan agama Buddha. Penistaan tersebut adalah:

- 1) Meletakkan Patung Buddha bukan pada tempatnya, yaitu bukan untuk kepentingan peribadatan, atau yang mendukung kegiatan peribadatan, melainkan untuk aktifitas duniawi. Yaitu sebagai ornamen bar, di mana sangat tidak etis meletakkan patung Buddha di depan orang-orang yang sedang melakukan aktifitas duniawi, seperti minum-minuman keras, berpakaian seksi, berciuman dan memakan daging (dalam ajaran agama Buddha, daging adalah makanan yang dilarang, karena hewan adalah makhluk hidup yang disetarakan penghormatannya dengan manusia).
- 2) Adanya gambar Buddha di alas asbak. Asbak adalah tempat yang kotor, namun di bar tersebut seakan-akan sengaja menempatkan Buddha sama dengan hal-hal yang tidak berharga dan kotor, seperti abu rokok.²⁷

Dalam ajaran *civil law*, diperbolehkan menggunakan hukum tidak tertulis, apabila hukum tertulis memperbolehkannya. Pasal 28 UU Kekuasaan Kehakiman menyatakan bahwa jika hukum tidak jelas, samar-samar bahkan tidak ada, maka hakim harus mencari nilai-nilai hukum yang ada di masyarakat, yang diyakini sebagai norma yang dipegang teguh oleh masyarakat tersebut. Di sini dibuktikan pentingnya suatu sosiologi hukum, yang bersumber dari pandangan masyarakat umat Buddha sebagai suatu perbuatan yang tidak patut dan melanggar hukum. Kemudian pada Pasal 28 ayat (1) dikatakan bahwa Hakim wajib menggali, mengikuti, dan memahami nilai-nilai hukum dan rasa keadilan yang hidup dalam masyarakat. Dengan demikian, di samping undang-undang, yang diterima sebagai hukum adalah hukum hakim (*rechtersrecht*), atau lebih dikenal dengan yurisprudensi.

²⁷ Hendry Perkututo, *Dari Idealisme ke Pragmatisme: Fenomena Penarikan Kembali Sertifikat Merek Buddha Bar*, Jurnal IKAMAKUM, 2020, p.168.

Oleh karena itu ketiadaan peraturan perundang-undangan tertulis terkait dengan HPI tidak menghalangi penggunaan dan penerapan lembaga ketertiban umum untuk menjaga tata-bangunan hukum Indonesia.

2. Sistem Pendaftaran Merek dalam Memberikan Perlindungan Hukum terhadap Merek Terdaftar

Perlindungan terhadap pemegang Hak Merek Terkenal di Indonesia akan sangat menentukan bagi perkembangan dan kemajuan dari industri-industri di Indonesia dan sebagai upaya hukum untuk memberikan rasa aman dan nyaman serta kepastian hukum bagi seluruh pelaku usaha di Indonesia.

Fitzgerald mengutip istilah teori perlindungan hukum dari Salmond bahwa hukum bertujuan mengintegrasikan dan mengkoordinasikan berbagai kepentingan dalam masyarakat karena dalam suatu lalu lintas kepentingan, perlindungan terhadap kepentingan tertentu dapat dilakukan dengan cara membatasi berbagai kepentingan manusia, sehingga hukum memiliki otoritas tertinggi untuk menentukan kepentingan manusia yang perlu diatur dan dilindungi. Perlindungan hukum harus melihat tahapan, yakni perlindungan hukum lahir dari suatu ketentuan hukum dan segala peraturan hukum yang diberikan oleh masyarakat, pada dasarnya merupakan kesepakatan masyarakat untuk mengatur hubungan perilaku antara anggota masyarakat lainnya dan antara perseorangan dengan pemerintah yang dianggap mewakili kepentingan masyarakat.²⁸

Berdasarkan uraian 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 subjek hukum sesuai dengan aturan hukum, baik itu bersifat represif dan preventif, baik secara tertulis maupun tidak tertulis dalam rangka penegakkan hukum. Modus pelanggaran merek telah bergerak ketingkat yang lebih canggih. Pelanggaran merek ini disebut *passing off* (pemboncengan reputasi). *Passing off* secara kepustakaan hukum Indonesia belum dikenal, istilahnyapun masih seluruhnya asing. *Passing off* memang merupakan istilah yang dikenal dalam system hukum *Common Law*.

²⁸ Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2012, p.53.

Sistem hukum *Common Law* pemboncengan merek (*passing off*) ini merupakan suatu tindakan persaingan curang (*unfair competition*) dikarenakan tindakan ini mengakibatkan pihak lain selaku pemilik merek yang telah di mendaftarkan mereknya dengan itikad baik mengalami kerugian dengan pihak yang secara curang membonceng atau mendompleng merek miliknya untuk mendapatkan keuntungan finansial. *Passing off* dilandasi niat untuk mendapatkan jalan pintas agar produk atau bidang usahanya tidak memerlukan usaha membangun reputasi dan *image* dari awal lagi, selain itu berpotensi untuk menipu konsumen dan menyebabkan kebingungan publik di masyarakat tentang asal-usul suatu produk.

Undang-undang No. 20 Tahun 2016 pada Pasal 2 Ayat (3) menjelaskan merek yang dilindungi terdiri atas tanda 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 unsure tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa. Perlindungan merek diatur pada Pasal 3 Undang-undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yaitu hak atas merek diperoleh setelah merek tersebut terdaftar. Terdaftar adalah setelah permohonan melalui proses pemeriksaan formalitas, proses pengumuman dan proses pemeriksaan substansif serta mendapatkan persetujuan menteri untuk diterbitkan sertifikat.

Hukum merek yang berlaku di Negara Indonesia memberikan penjelasan mengenai ukuran merek dikatakan merek terkenal (*well known mark*) dapat dilihat pada bagian penjelasan Pasal 21 Ayat (1) huruf b Undang-undang No. 20 Tahun 2016 yaitu: permohonan ditolak jika merek tersebut mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis.

Menurut Permenkumham Nomor 67 Tahun 2016, prosedur pendaftaran merek ke Direktorat Jendral Hukum dan Kekayaan Intelektual adalah sebagai berikut; Prosedur Pendaftaran atas Merek di Indonesia Hak atas Merek adalah hak eksklusif yang diberikan negara kepada pemilik Merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri Merek tersebut atau

memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya. Hak atas Merek diperoleh setelah Merek tersebut terdaftar, yakni setelah permohonan melalui proses pemeriksaan formalitas, proses pengumuman, dan proses pemeriksaan substansi disertai mendapatkan persetujuan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia (“Menteri”) untuk diterbitkan sertifikat.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis perlindungan hukum secara preventif tertuang pada Pasal 20 dan Pasal 21 ayat (1), (2), dan (3) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang menyatakan:

- a. Merek yang tidak dapat didaftarkan atau ditolak yaitu merek yang bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan, atau ketertiban umum; merek yang sama dengan, berkaitan dengan atau hanya menyebut barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya; merek yang memuat unsur yang dapat menyesatkan masyarakat tentang asal, kualitas, jenis, ukuran, macam, tujuan penggunaan barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya atau merupakan nama varietas tanaman yang dilindungi untuk barang dan/atau jasa yang sejenis; merek yang memuat keterangan yang tidak sesuai dengan kualitas, manfaat, atau khasiat dari barang dan/atau jasa yang diproduksi; merek yang tidak memiliki daya pembeda; dan/atau merek yang merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum.
- b. 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; merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis; merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa tidak sejenis yang memenuhi persyaratan tertentu; atau indikasi geografis terdaftar.
- c. Permohonan ditolak jika merek tersebut: merupakan atau menyerupai nama atau singkatan nama orang terkenal, foto, atau nama badan hukum yang dimiliki orang lain, kecuali atas persetujuan tertulis dari yang berhak; merupakan tiruan atau menyerupai nama atau singkatan nama, bendera, lambang atau simbol atau emblem suatu negara, atau lembaga nasional maupun internasional, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang; atau merupakan tiruan atau menyerupai tanda atau cap atau stempel resmi yang digunakan oleh negara atau lembaga Pemerintah, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang. Dan yang terakhir permohonan ditolak jika diajukan oleh pemohon yang beritikad tidak baik.

Sedangkan perlindungan hukum represif diatur pada Pasal 100 ayat (1) dan Pasal 100 ayat (2) yang mengatur mengenai sanksi pidana apabila ada orang atau badan hukum tanpa hak menggunakan merek yang memiliki persamaan pada keseluruhannya atau pada pokoknya dengan merek terdaftar lainnya. Selain itu dalam Pasal 83 ayat (1) juga diatur mengenai tata cara pengajuan gugatan oleh pemilik merek terdaftar dan/atau penerima lisensi merek terdaftar terhadap pihak lain yang secara tanpa hak menggunakan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya untuk barang dan/atau jasa yang sejenis berupa:

- a. Gugatan ganti rugi; dan/atau
- b. Penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek tersebut.

Selain itu perlindungan hukum terhadap pemegang hak atas merek juga diatur dalam Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian pada Pasal 43 ayat (3), yang menyatakan bahwa pemerintah dan pemerintah daerah melakukan konsultasi bimbingan advokasi, dan fasilitas perlindungan hak kekayaan intelektual khususnya bagi industri kecil.

Berdasarkan Pasal 1 angka 1 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, merek didefinisikan sebagai sebuah 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 jasa.

Perkembangan dari industri dan juga perdagangan maka peranan tanda pengenal berkaitan dengan hal industri dan barang dagangan semakin mengemuka urgensinya. Merek merupakan tanda pengenal yang membedakan milik seseorang dengan milik orang lain. Merek merupakan suatu tanda yang memberi kepribadian atau pengindividualisasian kepada barang-barang yang dalam arti memberi tanda yang khusus yang mana memiliki daya pembeda (*distinctiveness*).

Yolanda Pusvita Sari, Saidin dan Hasim Purba
Analisis Sistem Pendaftaran Merek dalam Kasus Pembatalan Merek Zhe Nung Zhu
(Studi Putusan Mahkamah Agung Nomor 704K/Pdt.Sus-HKI/2021)

Yang dimaksud dengan daya pembeda adalah memiliki kemampuan untuk digunakan sebagai tanda yang dapat membedakan hasil perusahaan yang satu dengan yang lain.²⁹

Tanda yang sudah memiliki daya pembeda tak dapat diterima sebagai merek apabila tidak dapat digunakan pada kegiatan perdagangan barang atau jasa. Berdasarkan kedua definisi di atas, maka merek adalah suatu tanda atau cap pada suatu barang sebagai daya pembeda yang merupakan suatu unsur yang paling utama untuk barang tersebut. Merek mempunyai fungsi untuk memberi tanda pengenal barang, guna membedakan barang seseorang atau perusahaan dengan barang orang atau perusahaan lain. Di samping itu ada tujuan-tujuan lain dilihat dari pihak produsen, pedagang dan konsumen. Dari pihak produsen, merek digunakan untuk jaminan nilai hasil produksi, khususnya mengenai kualitas, kemudahan pemakaiannya atau hal-hal yang pada umumnya berkenaan dengan teknologinya.

Bagi pedagang, merek digunakan untuk mempromosikan barang-barang dagangannya guna mencari meluaskan pasaran. Dari pihak konsumen, merek diperlukan untuk mengadakan pilihan terhadap barang yang akan dibeli. Merek juga dapat berfungsi merangsang pertumbuhan industri, dan perdagangan yang sehat dan menguntungkan semua pihak. Diakui oleh CAFI (*Commercial Advisory Foundation In Indonesia*) bahwa masalah Paten dan Trademark di Indonesia memegang peranan yang penting didalam ekonomi Indonesia, terutama berkenaan dengan berkembangnya usaha-usaha industri dalam rangka penanaman modal.³⁰

Pendaftaran atas merek merupakan salah satu bentuk perlindungan dari Undang-Undang Merek, karena sistem yang digunakan di Indonesia adalah *first to file principle*, siapa yang mendaftarkan pertama maka yang bersangkutan berhak atas merek tersebut dan akan mendapatkan hak eksklusifnya selama 10 (sepuluh) tahun dengan konsekuensi tidak ada seorangpun yang boleh menggunakan merek tersebut untuk kepentingan komersial dari hak eksklusif tersebut tanpa seizin pemilik atau pemegang hak merek.

²⁹ Endang Purwaningsih, *Hak Kekayaan Intelektual, Pengetahuan Tradisional, dan Faktor*, Jengala Pustaka Utama, Surabaya, 2013, p.271.

³⁰ Anang Firmasnyah, *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*, CV. Penerbit Qiara Media, Bandung, 2019, p.118.

Perlindungan yang dapat diberikan bagi pemegang merek tidak hanya berdasarkan pada pendaftaran saja melainkan perlindungan dalam wujud gugatan ganti rugi (dan gugatan pembatalan pendaftaran merek) maupun dalam bentuk pidana melalui aparat penegak hukum. Penyelesaian hukum melalui instrumen hukum perdata dapat dilakukan melalui pengadilan (litigasi) dengan gugatan ganti kerugian tadi dan menghentikan semua perbuatan membuat, memakai, menjual dan/atau mengedarkan barang-barang yang diberi hak merek, ataupun diluar pengadilan (nonlitigasi) yang memungkinkan para pihak dapat menyelesaikan sengketa tersebut melalui arbitrase atau Alternatif Penyelesaian Sengketa (ADR) dengan jalan negosiasi, mediasi dan konsiliasi.³¹

Bentuk pelanggaran merek seperti penggunaan merek yang sama pada keseluruhannya atau pada pokoknya dengan merek terdaftar milik pihak lain, melainkan peniruan, pemalsuan yang dipakai pada barang atau jasa yang diperdagangkan. Tindakan pelanggaran atas merek dagang terhadap perilaku usaha yang meniru dengan kemiripan dan dimirip-miripkan baik bentuk dan cirinya barang atau jasa membuat pihak selaku pencipta merek dagang mengalami kerugian yang berupa menurunnya omzet penjualan atas barang atau jasa dari pelanggannya. Sehingga hal tersebut membuat terkecohnya pelanggan yang sebelumnya telah berlangganan memilih barang atau jasa dari produsen yang memiliki merek terkenal kepada merek lain yang membongceng dari merek terkenal tersebut, disatu sisi yang lebih memprihatinkan lagi hal tersebut mendapatkan suatu klaim sepihak atas produk atau jasa dari pihak lain yang mendompleng merek dagang terkenal tersebut, dari tindakan tersebutlah itikad tidak baik timbul dari suatu pelanggaran atas hak merek pada persaingan usaha tidak sehat. Sedangkan melakukan pemalsuan dengan cara barang atau jasa dari produsen tersebut dengan merek dagang yang sama secara keseluruhan tetapi dengan kualitas atau mutu yang berbeda sehingga hal ini berdampak pada kerugian bagi konsumen dan pengusaha yang merek dagangnya dipalsukan dengan *image* bahwa merek dagang yang ditawarkan mempunyai kualitas produk yang kurang baik, sehingga hal ini akan berdampak negatif bagi perkembangan perusahaan pemilik merek dagang yang sudah terkenal tersebut.³²

³¹ Hery Firmansyah, *Perlindungan Hukum terhadap Merek*, p.59.

³² *Ibid.*

Perlindungan hukum terhadap merek dalam perdagangan barang dan jasa memang mutlak diperlukan untuk mencegah dan menghindari paraktek-praktek yang tidak jujur, seperti pemalsuan dan pembajakan, serta memperoleh kepastian hukum. Untuk itu negara telah mengatur ketentuan-ketentuan hukum mengenai perlindungan merek yang disesuaikan dengan perkembangan yang terjadi di era global yang tujuannya adalah mengakomodasi semua kepentingan yang ada guna menciptakan perlindungan hukum.

Perlindungan hukum terhadap merek dan merek terkenal yang diberikan Undang-Undang Merek yang bersifat preventif dan represif sebagaimana ditentukan Pasal 6 ayat (3) dan (4) sudah selaras dengan ketentuan TRIPs, mencakup perlindungan terhadap barang atau jasa baik yang sejenis maupun bukan, yaitu dengan pendaftaran merek. Di samping itu, diatur pula hal yang berkaitan perlindungan merek bersifat represif.

Menjamin perlindungan hukum atas merek dalam proses perdagangan barang dan jasa, maka para pemilik merek diharapkan dapat mendaftarkan mereknya guna mendapatkan kepastian hukum. Selain itu, pengalihan dan penghapusan hak atas merek harus benar-benar dilaksanakan sesuai dengan undang-undang demi terjaminnya suatu perlindungan hukum. Diperlukan tindakan yang tegas terhadap pihak-pihak yang melanggar hak atas merek. Untuk itu, penyediaan perangkat hukum dibidang merek harus didukung oleh sumber daya manusia yang handal dan benar-benar berkompeten dalam mengurus persolan dibidang merek. Perangkat hukum yang ada diharapkan memberikan sanksi yang tegas bagi pelaku pelanggaran hukum merek agar timbul efek jera bagi masyarakat untuk tidak melakukan pelanggaran hukum khususnya dibidang merek. Selain itu, sosialisasi dibidang merek dirasa perlu dilakukan kepada masyarakat. Kesadaran masyarakat umum ataupun pengusaha sangat dibutuhkan untuk menghindari terjadinya praktik-praktik curang dibidang merek, juga dapat menjamin terlaksananya proses perdagangan barang dan jasa yang sehat.³³

Perlindungan hukum terhadap merek terdaftar dalam bentuk tuntutan pidana diatur dalam Pasal 100 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, yang menyebutkan:

³³ Endang Purwaningsih, *Hak Kekayaan Intelektual, Pengetahuan Tradisional, dan Faktor*, p.282.

- (1) Setiap orang yang dengan tanpa hak menggunakan merek yang sama pada keseluruhannya dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan atau jasa sejenis yang diproduksi atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).
- (2) Setiap orang yang dengan tanpa hak menggunakan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang atau jasa sejenis yang diproduksi atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

Untuk mendapatkan suatu perlindungan hukum apabila merek tersebut sudah didaftarkan di Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual. Karena disebutkan dalam perjanjian TRIPs dan di dalam Pasal 1 angka 5 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis bahwa pemilik merek yang terdaftar yang memiliki hak eksklusif untuk menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya. Tujuan memberi hak eksklusif atas merek, maupun alasan menyamakan merek sebagai Hak Milik, bermaksud untuk memudahkan pemberian jaminan perlindungan hukum terhadapnya. Adapun yang dimaksud dengan hak khusus yang diberikan negara kepada pemilik merek yang terdaftar meliputi:

- a. Menciptakan hak tunggal (*sole or single right*)
Hukum atau undang-undang memberi hak tersendiri kepada pemilik merek. Hak itu terpisah dan berdiri sendiri secara utuh tanpa campur tangan pihak lain.
- b. Mewujudkan hak monopoli (*monopoly right*)
Siapapun dilarang meniru, memakai, dan mempergunakan dalam perdagangan barang dan jasa tanpa izin pemilik merek.
- c. Memberi hak paling unggul (*superior right*)
Hak superior merupakan hak yang diberikan doktrin hak paling unggul bagi pendaftar pertama. Oleh karena itu, pemegang hak khusus atas suatu merek menjadi unggul dari merek orang lain untuk dilindungi.³⁴

Menurut Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis tentang perlindungan hak atas merek yang terdaftar menurut Bagian Keenam Pasal 35 sebagai berikut:

- a. Merek terdaftar mendapat perlindungan hukum untuk jangka waktu 10 (sepuluh) tahun sejak Tanggal Penerimaan.
- b. Jangka waktu perlindungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat diperpanjang untuk jangka waktu yang sama.

³⁴ Sudargo Gautama, *Hak Merek Dagang Menurut Perjanjian TRIPs-GATT dan Undang-Undang Merek RI*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2004, p.128.

- c. Permohonan perpanjangan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) diajukan secara elektronik atau nonelektronik dalam bahasa Indonesia oleh pemilik Merek atau Kuasanya dalam jangka waktu 6 (enam) bulan sebelum berakhirnya jangka waktu perlindungan bagi Merek terdaftar tersebut dengan dikenai biaya.
- d. Permohonan perpanjangan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) masih dapat diajukan dalam jangka waktu paling lama 6 (enam) bulan setelah berakhirnya jangka waktu perlindungan Merek terdaftar tersebut dengan dikenai biaya dan denda sebesar biaya perpanjangan.

Perlindungan hukum atas merek berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek Dan Indikasi Geografis adalah Perlindungan hukum yang harus diberikan dan diterapkan terhadap hak eksklusif sebagai hak milik. Hukum harus dapat memberikan jaminan perlindungan penuh kepada pemilik hak atas merek terdaftar dari pelanggaran-pelanggaran hak atas merek yang mengganggu setiap kegiatan pemilik merek terdaftar tersebut. Perlindungan hukum tersebut berupa perlindungan yang bersifat represif. Perlindungan hukum yang bersifat represif dilakukan jika terjadi pelanggaran merek melalui gugatan perdata dan atau tuntutan pidana.

Perlindungan secara represif 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 (dan gugatan pembatalan pendaftaran merek) maupun berdasarkan tuntutan hukum pidana melalui aparat penegak hukum. Dengan berlakunya Undang-Undang Merek 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. Pengaturan merek ini dimaksudkan untuk memberikan perlindungan secara efektif juga untuk mencegah segala bentuk pelanggaran yang berupa penjiplakan, penggunaan nama yang sama, pencatutan nama, atau *domain name* atas suatu merek. Undang-Undang Merek menetapkan tujuan, untuk mendorong kelancaran dan peningkatan perdagangan barang dan jasa dengan mempromosikan mereknya tersebut kepada khalayak ramai agar dapat dinikmati karena merek merupakan karya atas olah pikir manusia yang dituangkan kedalam bentuk benda immaterial.³⁵

³⁵ Endang Purwaningsih, *Op.Cit.*, p.273.

Menurut penulis, perlindungan hukum atas merek berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek Dan Indikasi Geografis dianalisa dengan menggunakan teori perlindungan hukum bahwa untuk hak kekayaan intelektual berlangsung selama jangka waktu yang telah ditentukan berdasarkan sertifikat pendaftaran sesuai dengan bidang dan klasifikasi hak kekayaan intelektual yang bersangkutan. Sehingga jika seseorang hendak menikmati manfaat ekonomi dari suatu jenis hak kekayaan intelektual kepemilikan orang tertentu, maka seseorang yang ingin memanfaatkan tersebut harus memiliki izin tertulis dari seorang pemilik hak kekayaan intelektual. Hal ini bertujuan untuk menghindari adanya pemalsuan, peniruan bahkan mengambil hak kekayaan intelektual tersebut, ini semua merupakan pelanggaran hukum.

3. Pertimbangan Hukum Mahkamah Agung dalam Memutuskan Pembatalan Merek Terdaftar Zhe Nung Zhu Berdasarkan Putusan Nomor 704k/Pdt.Sus-HKI/2021

Pertimbangan hukum Mahkamah Agung dalam Putusan Nomor 704K/Pdt.Sus-HKI/2021 menunjukkan penerapan prinsip-prinsip hukum merek yang konsisten dengan ketentuan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Mahkamah Agung dalam putusannya menegaskan bahwa merek milik Darma Iliadi (Tergugat) yang berupa "Zhe Nung Zhu & Lukisan" memiliki persamaan pada pokoknya sebagaimana dimaksud Pasal 21 ayat (1) huruf a UU No. 20 Tahun 2016 dengan merek "Lukisan" milik Dhalim Soekodanu (Penggugat) yang telah terdaftar lebih dahulu. Pertimbangan ini menunjukkan bahwa hakim menerapkan asas *first-to-file* secara ketat, di mana perlindungan hukum diberikan kepada pihak yang terlebih dahulu mendaftarkan merek yang memiliki kesamaan substansial.

Dalam menilai persamaan pada pokoknya antara kedua merek, Mahkamah Agung melakukan analisis komparatif yang mendalam terhadap elemen-elemen visual dan tekstual dari kedua merek tersebut. Merek "Zhe Nung Zhu & Lukisan" yang didaftarkan oleh Darma Iliadi pada tanggal 7 Agustus 2001 dinilai memiliki kesamaan substansial dengan merek "Lukisan" milik Dhalim Soekodanu yang telah terdaftar sejak 29 Mei 1991 dan telah mengalami beberapa kali perpanjangan. Pertimbangan hakim menunjukkan bahwa kesamaan kata

Yolanda Pusvita Sari, Saidin dan Hasim Purba
*Analisis Sistem Pendaftaran Merek dalam Kasus Pembatalan Merek Zhe Nung Zhu
(Studi Putusan Mahkamah Agung Nomor 704K/Pdt.Sus-HKI/2021)*

"Lukisan" dalam kedua merek tersebut menciptakan potensi kerancuan di kalangan konsumen, terutama karena kedua merek digunakan untuk barang-barang dalam kelas yang sama yaitu kelas 05. Hal ini sejalan dengan tujuan perlindungan merek untuk mencegah terjadinya kebingungan konsumen akibat penggunaan merek yang serupa.

Aspek itikad buruk dalam pendaftaran merek menjadi pertimbangan krusial dalam putusan ini. Mahkamah Agung menyimpulkan bahwa pendaftaran merek "Zhe Nung Zhu & Lukisan" oleh Darma Iliadi dilakukan dengan itikad tidak baik, mengingat merek "Lukisan" milik Dhalim Soekodanu telah terdaftar dan digunakan sebelumnya. Penilaian itikad buruk ini tidak hanya didasarkan pada aspek temporal pendaftaran, tetapi juga pada pengetahuan atau seharusnya mengetahui keberadaan merek yang telah terdaftar lebih dahulu. Pertimbangan ini mencerminkan penerapan Pasal 4 UU No. 20 Tahun 2016 yang melarang pendaftaran merek atas dasar permohonan yang diajukan oleh pemohon yang beritikad tidak baik. Mahkamah Agung menganggap bahwa penggunaan kata "Lukisan" dalam merek Darma Iliadi merupakan bentuk *appropriation* yang tidak dapat dibenarkan secara hukum.

Pertimbangan hakim juga menekankan pentingnya perlindungan terhadap hak merek yang telah terdaftar lebih dahulu sebagai bentuk penghargaan terhadap investasi dan reputasi yang telah dibangun oleh pemilik merek. Merek "Lukisan" milik Dhalim Soekodanu telah mengalami sejarah panjang pendaftaran dan perpanjangan sejak tahun 1991, menunjukkan penggunaan yang konsisten dan berkesinambungan dalam perdagangan. Mahkamah Agung mengakui bahwa perlindungan hukum harus diberikan kepada pemilik merek yang telah membangun *goodwill* dan reputasi melalui penggunaan merek secara konsisten. Pendaftaran merek oleh Darma Iliadi yang menggunakan elemen yang sama atau serupa dinilai dapat merugikan investasi dan reputasi yang telah dibangun oleh Dhalim Soekodanu selama bertahun-tahun.

Dalam hal ruang lingkup perlindungan merek, Mahkamah Agung menerapkan prinsip bahwa perlindungan merek tidak hanya meliputi kesamaan identik, tetapi juga persamaan pada pokoknya yang dapat menimbulkan kerancuan. Kedua merek tersebut digunakan untuk produk-produk dalam kelas 05,

yang mencakup produk-produk farmasi dan kesehatan, sehingga penggunaan kata "Lukisan" dalam kedua merek dapat menciptakan asosiasi yang menyesatkan di kalangan konsumen. Pertimbangan ini menunjukkan bahwa hakim menerapkan *standard of confusion* yang relatif ketat, di mana kesamaan elemen dominan dalam merek sudah cukup untuk menimbulkan potensi kerancuan meskipun terdapat elemen tambahan seperti "Zhe Nung Zhu" dalam merek milik Darma Iliadi.

Mengenai aspek prosedural, Mahkamah Agung menolak permohonan kasasi dari Darma Iliadi dengan pertimbangan bahwa alasan-alasan kasasi yang diajukan mengenai penilaian hasil pembuktian yang bersifat penghargaan tentang suatu kenyataan tidak dapat dipertimbangkan dalam pemeriksaan tingkat kasasi. Pertimbangan ini mencerminkan pembatasan kewenangan Mahkamah Agung dalam pemeriksaan kasasi yang hanya berkenaan dengan kesalahan penerapan hukum, pelanggaran hukum yang berlaku, atau kelalaian dalam memenuhi syarat-syarat yang diwajibkan oleh peraturan perundang-undangan. Mahkamah Agung menegaskan bahwa Pengadilan Niaga telah menerapkan hukum dengan benar dalam memutuskan pembatalan merek "Zhe Nung Zhu & Lukisan", sehingga tidak terdapat alasan untuk membatalkan putusan tersebut.

Implikasi putusan ini terhadap sistem perlindungan merek di Indonesia menunjukkan konsistensi dalam penerapan prinsip *first-to-file* yang dikombinasikan dengan penilaian itikad baik dalam pendaftaran. Mahkamah Agung melalui putusan ini menegaskan bahwa sistem pendaftaran merek Indonesia tidak semata-mata bersifat administratif, tetapi juga mempertimbangkan aspek substantif seperti itikad baik dan potensi kerancuan konsumen. Putusan ini memberikan sinyal yang jelas bahwa pendaftaran merek yang dilakukan dengan mengambil atau meniru elemen merek yang telah terdaftar lebih dahulu akan mendapat sanksi pembatalan, meskipun telah melalui proses pendaftaran yang sah secara formal. Hal ini memperkuat kepercayaan para pelaku usaha terhadap sistem perlindungan merek di Indonesia dan memberikan insentif untuk melakukan inovasi dalam pengembangan merek yang benar-benar original.

C. PENUTUP

1. Faktor-faktor pembatalan merek terdaftar berdasarkan UU No. 20 Tahun 2016 meliputi pertentangan dengan ideologi negara dan peraturan perundang-undangan, tidak memiliki daya pembeda, pendaftaran dengan itikad tidak baik, dan adanya persamaan pada pokoknya dengan merek yang telah terdaftar sebelumnya.
2. Sistem pendaftaran merek Indonesia menerapkan prinsip konstitutif dengan pendekatan *first-to-file* yang memberikan perlindungan berlapis melalui mekanisme preventif (pemeriksaan administratif dan substantif) dan represif (sanksi serta mekanisme pembatalan melalui Pengadilan Niaga).
3. Mahkamah Agung memutuskan pembatalan merek "Zhe Nung Zhu & Lukisan" berdasarkan Pasal 21 ayat (1) huruf a UU No. 20 Tahun 2016 karena memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek "Lukisan" yang telah terdaftar lebih dahulu dan didaftarkan dengan itikad tidak baik, sehingga dapat menimbulkan kerancuan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Asyhadie, Zaeni. 2018. *Hukum Keperdataan dalam Persoektif Hukum Nasional KUHPperdata (BW) Hukum Islam dan Hukum Adat*. (Depok: Rajawali Pers).
- Departemen Pendidikan Nasional. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama).
- Djumhana, Muhammad dan R. Djubaedilah. 2011. *Hak Milik Intelektual (Sejarah, Teori dan Praktiknya di Indonesia)*. (Bandung: PT Citra Aditya Bakti).
- Firmansyah, Anang. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. (Bandung: CV. Penerbit Qiara Media).
- Firmansyah, Hery. 2011. *Perlindungan Hukum terhadap Merek*. (Jakarta: Pustaka Yustisia).
- Gautama, Sudargo. 2004. *Hak Merek Dagang Menurut Perjanjian TRIPs-GATT dan Undang-Undang Merek RI*. (Bandung: Citra Aditya Bakti).
- Harahap, M. Yahya. 2000. *Tinjauan Merek secara Umum dan Hukum Merek di Indonesia Berdasarkan UU No. 19 Tahun 1992*. (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti).
- Isnaini, Yusran. 2010. *Buku Pintar HAKI*. (Bogor: Ghalia Indonesia).
- Miru, Ahmadi. 2005. *Hukum Merek Cara Mudah Mempelajari Undang-Undang Merek*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada).
- Muhammad, Abdulkadir. 2001. *Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*. (Bandung: Citra Aditya Bakti).
- Nasution, Rahmi Janed Parinduri. 2015. *Interface Hukum Kekayaan Intelektual dan Hukum Persaingan Penyalahgunaan HKI*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada).
- Purwaningsih, Endang. 2013. *Hak Kekayaan Intelektual, Pengetahuan Tradisional, dan Faktor*. (Surabaya: Jenggala Pustaka Utama).
- Rahardjo, Satjipto. 2012. *Ilmu Hukum*. (Bandung: PT Citra Aditya Bakti).
- Ramli, Ahmad. 2004. *Cyber Law dan HKI dalam Sistem Hukum Indonesia*. (Bandung: Refika Aditama).
- Saidin, O. K. 2004. *Aspek Hukum Hak Kekayaan Inteltual (Intellectual Property Right)*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada).
- Sutedi, Adrian. 2009. *Hak Atas Kekayaan Intelektual*. (Jakarta: Sinar Grafika).
- Yuhassarie, Emmy. 2004. *Hak Kekayaaan Intelektual dan Perkembangannya*. (Jakarta: Pusat Pengkajian Hukum).

Publikasi

- Abdillah, Maryana, Gozali dan Cecep Samsul. *Hak Kekayaan Intelektual Menurut Hukum Islam dan Hukum Adat*. Jurnal Scientica. Vol.1. No.2 (2013).
- Lobo, Lionita Purba dan Indriani Wauran. *Kedudukan Istimewa Merek Terkenal (Asing) dalam Hukum Merek di Indonesia*. Masalah-Masalah Hukum. Vol.50. No.1 (Januari 2021).
- Masnum, Muh. Ali dan Radhyca Nanda Pratama. *Analisis Penghapusan Merek Terdaftar atas Perkara Menteri Karena Bertentangan dengan Peraturan Perundang-Undangan*. Jurnal IUS Kajian Hukum dan Keadilan. Vol.8. No.3 (Desember 2020).

Yolanda Pusvita Sari, Saidin dan Hasim Purba
Analisis Sistem Pendaftaran Merek dalam Kasus Pembatalan Merek Zhe Nung Zhu (Studi Putusan Mahkamah Agung Nomor 704K/Pdt.Sus-HKI/2021)

Pahusa, Dandi. *Persamaan Unsur Pokok pada Merek Terkenal*. Jurnal Cita Hukum. Vol.2. No.1 (Juni 2015).

R., Azhari A., dan Daniel Simanungkalit. *Perlindungan Hukum Merek Terdaftar Pertama atas Tindakan Pendaftaran oleh Pihak Lain (Studi Kasus Putusan Mahkamah Agung Republik Indonesia Nomor 750K/Pdt.Sus-HKI/2018)*. Jurnal Hukum dan Kemasyarakatan Al-Hikmah. Vol.1. No.2 (Desember 2020).

Karya Ilmiah

Far-Far, Charles Yeremia, Sentot P. Sigitto dan M. Zairul Alam. 2014. *Tinjauan Yuridis Pembatalan Merek Dagang Terdaftar Terkait Prinsip Itikad Baik (GOOD FAITH) dalam Sistem Pendaftaran Merek (Studi Putusan Nomor 365K/Pdt.Sus-HaKI/2013)*. Jurnal Fakultas Hukum, Universitas Brawijaya Malang.

Perkututo, Hendry. 2020. *Dari Idealisme ke Pragmatisme: Fenomena Penarikan Kembali Sertifikat Merek Buddha Bar*. Jurnal Ilmu Hukum, Program Magister Hukum Universitas Pamulang.

Sumber Hukum

Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian.

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

Putusan Mahkamah Agung Nomor Perkara 704 K/Pdt.Sus-HKI/2021.

Putusan Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat Nomor 55/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst.