

## **ANALISIS MEREK YANG MEMPUNYAI PERSAMAAN PADA POKOKNYA DENGAN MEREK TERDAFTAR**

**Redita Septia Sari, Andi yaqub, Fatihani Baso**

Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah Kendari

Email : [didiredita@gmail.com](mailto:didiredita@gmail.com)

### ***Abstrack***

*This study aims to determine the analysi of brands that are rejected because they have similarities in principle with registered marks by paying attention to the elements that are the main criteria in rejecting brands by the Directorate General of Intellectual Property. This type of research is a normative juridical research that focuses on the legal rules that are the reasons for brand rejection. The findings of this study are that the brand submitted at the Regional Office of the Ministry of Law and Human Rights of Southeast Sulawesi Province received a rejection proposal by the DJKI because there were elements that were considered dominant by Brand Check. Based on the results of the analysis, the researcher assumes that the word element in the trademark inspection is the main criterion that is considered very influential in conducting a trademark inspection in determining whether to accept or reject a trademark registration application. If further examined, the other elements in the registration of a mark do not include rejected marks, but the word element is considered to be very influential. In addition, the existence of special and advanced instruments regarding determining "equality in principle" in the laws and regulations is very necessary to avoid the nature of subjectivity both from the Mark Checkers and the public, especially to business actors so that problems related to brands, especially equality in principle, do not occur again.*

***Keywords: Trademark Registration; IPR; Rejected Brands; DJKI;  
Subjectivity***

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis merek yang ditolak karena memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek terdaftar dengan memperhatikan unsur- unsur yang menjadi kriteria utama dalam penolakan merek oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Jenis penelitian adalah penelitian yuridis normatif yang memfokuskan kepada aturan-aturan hukum yang menjadi alasan penolakan merek. Adapun temuan dari penelitian ini adalah merek yang diajukan di Kanwil Kemenkumham Provinsi Sulawesi Tenggara mendapat usulan penolakan oleh DJKI karena terdapat unsur yang dianggap dominan oleh Periksa Merek. Berdasarkan hasil analisis maka peneliti beranggapan bahwa unsur kata dalam

pemeriksaan merek merupakan kriteria utama yang dianggap sangat berpengaruh dalam melakukan pemeriksaan merek dalam menentukan menerima ataupun menolak permohonan pendaftaran merek. Apabila ditelaah lebih lanjut unsur yang lain pada pendaftaran merek tidak mencakup merek yang ditolak namun unsur kata dianggap sangat berpengaruh. Selain itu adanya instrumen khusus dan lanjutan tentang menentukan “persamaan pada pokoknya” didalam aturan perundang-undangan sangat diperlukan untuk menghindari sifat subyektivitas baik dari kalangan Periksa Merek maupun masyarakat terkhusus pada pelaku usaha agar persoalan-persoalan terkait merek khususnya persamaan pada pokoknya tidak terjadi lagi.

**Kata Kunci : Pendaftaran Merek; HKI; Merek yang Ditolak; DJKI; Subyektivitas**

#### **A. Pendahuluan**

Merek merupakan hal yang penting dalam kegiatan perdagangan maupun perindustrian. Dikatakan sebagai hal yang penting dalam kegiatan perdagangan dan perindustrian karena merek memiliki pengaruh yang besar salah satunya yaitu sebagai pembeda antara produk satu dengan produk yang lain, terutama pada barang atau jasa yang sama jenisnya. Merek dapat menentukan kualitas suatu barang atau jasa. Sehingga dalam keberadaan merek dapat menjadi suatu acuan bagi konsumen untuk memilih produk apa saja yang akan mereka beli.<sup>1</sup> Peraturan mengenai merek dibuat di Indonesia salah satunya adalah untuk mencegah terjadinya persaingan usaha tidak sehat. Dengan adanya merek, suatu barang dapat dibedakan keasliannya.

Merek merupakan kekayaan industri dan termasuk salah satu kekayaan intelektual dan ide cipta karya manusia (daya pikir). Kekayaan intelektual seseorang merupakan hal yang patut untuk di hargai keberadaannya. Kecerdasan intelektual ini perlu untuk mendapatkan perlindungan agar memperoleh hak. Hak atas Kekayaan Intelektual (selanjutnya disebut HKI) atau disebut dengan *property rights* merupakan sesuatu yang sangat penting di dunia perindustrian dan perdagangan baik itu nasional maupun internasional.

Untuk menjadikan merek tersebut sebagai hak milik pribadi (*private*

*domain*) dan memiliki perlindungan oleh negara, maka pemiliknya harus mendaftarkannya di Kantor Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (selanjutnya disebut DJKI), Kementerian Hukum dan HAM RI (selanjutnya disebut Kemenkumham) atau Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM (selanjutnya disebut Kanwil Kemenkumham).

Berdasarkan data yang didapatkan penulis pada Kanwil Kemenkumham bidang Pelayanan Hukum khususnya pada subbidang Pelayanan Kekayaan Intelektual ditemui di tahun 2019-2021 terdapat 3 (tiga) kasus pendaftaran merek yang ditolak, diantaranya merek Hanna Water, Hijrah dan Djempol OK. Merek ini mendapat penolakan karena memenuhi ketentuan Pasal 21 ayat (1) UU Merek yang menyebutkan:

- (1) Permohonan ditolak jika Merek tersebut mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan:
  - a. Merek terdaftar milik pihak lain atau dimohonkan lebih dahulu oleh pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis;
  - b. Merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis;
  - c. Merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa tidak sejenis yang memenuhi persyaratan tertentu; atau d. Indikasi Geografis terdaftar.

Selanjutnya, pada Desember 2016 Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia menetapkan Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 Tahun

2016 tentang Pendaftaran Merek (selanjutnya disebut Permenkumham No 67 Thn

2016). Pasal 17 menyebutkan bahwa penilaian persamaan pada pokoknya sebagaimana yang dimaksud dilakukan dengan memperhatikan 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.

Apabila diperhatikan dalam permenkumham tersebut dapat dipahami bahwa memiliki persamaan pada pokoknya yang dimaksud adalah

persamaan yang dianggap dominan pada suatu merek. Namun, berdasarkan hasil pengamatan awal peneliti, peneliti tidak melihat bahwa ketiga merek yang ditolak ini memiliki kemiripan dengan merek yang terdaftar pada Website resmi Pangkalan Data Kekayaan Intelektual. Sehingga hal ini menimbulkan pertanyaan tentang keselarasan serta esensi yang tertera di UU Merek dan penerapan yang ada. Oleh karena itu, karena tidak ditemukannya kemiripan dominan terhadap merek-merek yang ditolak ini, maka peneliti beranggapan bahwa merek ini pantas untuk diterima dan terdaftar sebagai merek. Karena adanya hal ini, penulis menganggap

bahwa diperlukan adanya pembahasan lanjutan mengenai seperti apa kriteria yang dimaksud pada UU Merek khususnya pada Pasal 21 ayat (1) sehingga hal ini menjadi patokan kepada pemohon yang ingin mendaftarkan mereknya. Selain itu juga untuk menghindari adanya penolakan merek melihat proses pengajuan merek menjadi merek terdaftar merupakan proses yang cukup lama dan menunggu waktu berbulan-bulan untuk mengetahui apakah merek dapat terdaftar atau bahkan ditolak.

Diperlukan adanya penulisan yang membahas serta menganalisis terkait masalah penolakan merek khususnya terkait usulan penolakan yang memenuhi ketentuan Pasal 21 UU Merek agar mampu menjawab kerancuan yang terjadi dan diharapkan masalah ini tidak terulang kepada calon pemohon pendaftaran merek selanjutnya. Oleh karena itu, dalam penulisan ini peneliti akan melakukan analisis yang diharapkan mampu menjawab permasalahan yang terjadi tentang bagaimana kriteria yang dimaksud UU Merek kemudian melakukan analisis terhadap pendaftaran merek yang ditolak pada Kanwil kemenkumham Sultra.

### **C. Pembahasan**

Kriteria merek yang memiliki persamaan pada pokoknya membuat perlunya aturan lebih jelas dan konkrit mengenai batasan tentang kriteria persamaan pada pokoknya, harus ada kriteria yang dapat menjelaskan seperti apa itu persamaan baik mengenai bentuk, cara penempatan, cara penulisan maupun persamaan bunyi yang terdapat dalam merek dalam syarat subyektif pendaftaran merek khususnya mengenai merek yang dapat ditolak.

Hal ini dimaksudkan demi menjamin adanya kepastian hukum. Melalui laman Instagram resmi DJKI juga memberi himbauan kepada calon pemohon yang hendak ingin mendaftarkan mereknya untuk mencari informasi sebanyak-banyaknya untuk meminimalisir kemungkinan ditolak akibat persamaan pada pokoknya, diantaranya dengan melakukan penelusuran melalui laman Pangkalan Data Kekayaan Intelektual (pdki-indonesia.dgip.go.id). Penelusuran yang dimaksud disini adalah untuk mencari data terhadap merek yang ingin didaftarkan serta jenis barang atau jasa yang ingin didaftarkan. Untuk melakukan penelusuran berupa merek maka pada laman PDKI cukup mencantumkan merek pada kolom pencarian.

Selain penelusuran merek di Website, pentingnya bagi calon pemohon mengetahui jenis kode kelas untuk merek yang ingin didaftarkan. Jenis kode kelas merek juga merupakan salah satu kriteria yang menjadi tolak ukur terhadap merek dapat ditolak karena memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek terdaftar. Jenis kode kelas merujuk pada barang atau jasa yang sejenis. Adapun jenis kelas merek yang didaftarkan dapat diakses melalui internet di laman Sistem Kasifikasi Merek (skm.dgip.go.id)

Apabila merek yang ingin didaftar dengan merek tertentu telah terdaftar pada jenis 1 kode kelas dan klasifikasi keterangan merek yang sama maka nama yang sama tidak dapat didaftarkan dengan nama jenis kelas yang sama. Namun apabila nama yang sama dengan jenis kode kelas serta klasifikasi keterangan yang berbeda maka merek tersebut tidak masuk dalam kriteria merek yang dapat ditolak.

Setelah mengkaji terhadap kriteria dan upaya yang perlu dilakukan pemohon yang hendak mendaftarkan mereknya, maka peneliti tertarik melakukan tes untuk menguji apakah merek Hanna Water, merek Hijrah dan Djempol Ok yang mendapat penolakan ini memenuhi kriteria di atas. Berdasarkan pengecekan untuk menguji terhadap 3 merek yang ditolak dengan memperhatikan kriteria yang telah dijelaskan di atas, khusus pada merek Hijrah dan Hanna Water peneliti tidak menemukan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya dengan merek terdaftar milik

pihak lain atau merek yang telah dimohonkan terlebih dahulu. Laman Pangkalan Data Kekayaan Intelektual ini tidak menampilkan beberapa merek dengan kode kelas yang sama terhadap merek Hijrah dan merek Hanna Water. Berbeda dengan merek Djempok Ok, peneliti telah menemukan merek yang telah dimohonkan terlebih dahulu yang mempunyai persamaan dengan merek Djempok Ok dan inilah yang menjadi alasan penolakan merek Djempok Ok.


Selain itu, walaupun pada kenyataannya ketiga merek ini mendapat penolakan karena dianggap mempunyai persamaan pada pokoknya dengan merek terdaftar, ketiga merek ini apabila dilakukan penelusuran merek pada merek yang ditolak karena mempunyai persamaan pada pokoknya setidaknya penelusuran ini juga mencantumkan merek yang diterima agar hal ini memudahkan bagi siapapun yang ingin mengetahui dan melakukan perbandingan terhadap merek yang ditolak maupun yang diterima.

Merek Hijrah dan merek Hanna Water yang telah dilakukan penelusuran secara komprehensif tidak ditemukan unsur-unsur yang mempunyai persamaan dengan merek terdaftar pada Pangkalan Data Kekayaan Intelektual. Hal ini menimbulkan kekosongan dan kecurigaan terhadap siapapun yang ingin mencari tahu sebab penolakan kedua merek tersebut. Hal ini menyangkut persoalan transparansi yang dimana menurut peneliti seharusnya pada pangkalan data kekayaan intelektual ini juga melakukan publikasi terhadap merek ditolak karena memiliki persamaan merek terdaftar tersebut serta menyebutkan pula unsur-unsur yang menjadi penolakan merek ini secara spesifik. Hal ini dimaksudkan agar siapa saja dapat mengetahui dan mempelajari mengenai aturan merek yang diterapkan serta dengan adanya penyajian tersebut maka dapat menjadi acuan dalam menentukan persamaan pada pokoknya. Adapun analisis merek yang ditolak berdasarkan pada unsur-unsur sesuai UU Merek, sebagai berikut:

### 1. Merek Hanna Water

Data yang terdapat pada website Pangkalan Data Kekayaan Intelektual (pdki-indonesia.dgip.go.id), merek Hanna Water dengan nomor permohonan D252020041913 dan tanggal permohonan 30-07-2020 untuk jenis keterangan barang yaitu Air Mineral, Air Mineral dalam kemasan gelas; botol dan galon yang termasuk kode kelas 32. Zulfaida selaku pegawai yang menangani permohonan pendaftaran merek pada sub bidang pelayanan kekayaan intelektual di Kanwil Kemenkumham Provinsi Sulawesi Tenggara, usulan penolakan oleh DJKI ini menyebutkan alasan penolakannya karena ketentuan Pasal 20 dan Pasal 21. Kanwil Kemenkumham telah melakukan pendataan atas usulan penolakan ini. Merek Hanna Water ditolak oleh DJKI karena mempunyai persamaan dengan merek Hanaqua. Merek Hanaqua merupakan merek yang dilindungi sejak 20-06-2017 dengan nomor permohonan D002017028479. Merek Hanaqua terdaftar secara resmi pada tanggal 31-05-2021. Observasi dilakukan dengan menyusun lembar *checklist* pada aspek yang diamati dan sesuai unsur Merek yang ada dalam Pasal 1 UU Merek.

Foto	Aspek yang Diamati	Sama	Tidak Sama	Komentar
<b>Hanna Water</b>				
	Gambar		✓	Merek yang didaftarkan dengan merek yang telah terdaftar terdapat adanya
	Logo		✓	
	Nama		✓	
	Kata	✓		
	Huruf	✓		

	Susunan Warna		✓	ketidaksamaan pada gambar, logo, nama, dan susunan warna, produk dan kualitas. Persamaannya hanya terletak pada unsur kata dan huruf yaitu antara Hanna dan Hana.
	Produk		✓	
	Kualitas		✓	

Tabel 1 Lembar *Checklist* Pengamatan Merek Hanna Water

Kata Water pada merek Hanna Water menurut aturan DJKI merupakan merek yang tidak dapat didaftarkan. Jadi pada merek Hanna Water, yang berperan menjadi merek adalah pada kata Hanna. Kemudian kata Hanna ini mendapat penolakan karena memiliki persamaan dengan merek Hanaqua.

Menurut peneliti, merek Hanna Water tidak sepatasnya mendapat penolakan karena berdasarkan hasil pengamatan terhadap unsur-unsur merek, diantaranya merek tersebut dianggap memiliki daya pembeda yang cukup kuat. Terlebih lagi terhadap persamaan baik terhadap bunyi ucapan, bentuk, cara penempatan, cara penulisan dan kombinasi antar unsur. Apabila kata merek Hanna Water mendapat penolakan karena kata Hanna memiliki persamaan dengan kata Hana pada merek Hanaqua, maka menurut peneliti hal ini dianggap keliru. Mengapa demikian, karena apabila perkara tersebut menjadi landasan penolakan merek Hanna Water, seharusnya Hanaqua juga tidak dapat didaftarkan alias ditolak karena memiliki persamaan dengan kata Aqua yang dimana merek Aqua dan Aqua sendiri merupakan kategori merek terkenal sehingga hal ini dianggap Hanaqua melakukan pembongcengan reputasi terhadap merek Aqua. Hal ini dibuktikan karena promosinya yang sangat gencar dan mereknya sudah ada sejak berpuluh-puluh tahun silam yaitu sejak 1973 bahkan orangpun sering salah kaprah menyebut air mineral menjadi Aqua.



## 2. Merek Hijrah

Data yang terdapat pada website Pangkalan Data Kekayaan Intelektual (pdki-indonesia.dgip.go.id), merek Hijrah dengan Permohonan D252019050691 dan tanggal permohonan 03-09-2019 untuk jenis keterangan barang yaitu Air minum dalam kemasan yang termasuk kode kelas 32. Berdasarkan informasi yang peneliti dapatkan di Kanwil Kemenkumham Provinsi Sulawesi Tenggara, usulan penolakan oleh DJKI ini menyebutkan penolakan permohonan pendaftaran merek ditolak berdasarkan ketentuan Pasal 21 ayat (1) huruf (a) UU Merek karena merek tersebut mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek pihak lain atau dimohonkan lebih dahulu oleh pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis. DJKI telah mengidentifikasi adanya merek yang telah terdaftar lebih dulu yang memiliki persamaan dengan merek yang merupakan Logo Hijraplus yang ingin didaftarkan. Merek Hijrah ditolak oleh DJKI karena mempunyai persamaan dengan merek Hijraplus. Merek ini merupakan merek yang dilindungi sejak 19-10-2018 dengan nomor permohonan IDM000816643.

Merek logo Hijraplus terdaftar secara resmi pada tanggal 22-12-2020.

Foto	Aspek yang Diamati	Sama	Tidak Sama	Komentar
<b>Hijrah</b>				
	Gambar		✓	Merek yang didaftarkan terdapat beberapa ketidaksamaan yaitu pada unsur gambar, logo, nama, kata, susunan warna, susunan warna, produk dan kualitas.
	Logo		✓	
	Nama		✓	
	Kata	✓		
	Huruf	✓		
	Susunan Warna		✓	
	Produk		✓	
litas			✓	

Tabel 2 Lembar Checklist Pengamatan Merek Hijrah

Menurut peneliti, hampir sama dengan pembahasan merek sebelumnya, merek hijrah dianggap tidak sepatasnya mendapat penolakan


karena berdasarkan hasil pengamatan terhadap unsur-unsur merek, diantaranya merek tersebut dianggap memiliki daya pembeda yang cukup kuat. Terlebih lagi terhadap persamaan baik terhadap bunyi ucapan, bentuk, cara penempatan, cara penulisan dan kombinasi antar unsur.

### 3. Merek Djempol OK

Data yang terdapat pada website Pangkalan Data Kekayaan Intelektual ([pdki-indonesia.dgip.go.id](http://pdki-indonesia.dgip.go.id)), merek Djempol OK dengan Permohonan D252020029563 dan tanggal permohonan 18-06-2020 untuk jenis keterangan barang yaitu Beras, Beras Hitam, Beras Merah, Beras Organik yang termasuk kode kelas 30.

Berdasarkan informasi yang peneliti dapatkan di Kanwil Kemenkumham Provinsi Sulawesi Tenggara, usulan penolakan oleh DJKI ini menyebutkan penolakan permohonan pendaftaran merek ditolak berdasarkan ketentuan Pasal 21 ayat (1) huruf (a) UU Merek karena merek tersebut mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek pihak lain atau dimohonkan lebih dahulu oleh pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis. DJKI telah mengidentifikasi adanya merek yang telah terdaftar lebih dulu yang memiliki persamaan dengan merek Djempol Ok yang ingin didaftarkan. Walaupun pada website daftar Pangkalan Data Kekayaan Intelektual tidak menyebutkan alasan penolakan merek Djempol Ok, namun Kanwil Kemenkumham telah melakukan pendataan atas usulan penolakan ini. Subbidang Pelayanan Kekayaan Intelektual di Kanwil Kemenkumham Provinsi Sulawesi Tenggara menyebutkan bahwa merek Djempok Ok ditolak oleh DJKI karena memiliki oleh persamaan dengan merek Jempol Ok. Merek ini merupakan merek yang dilindungi sejak 08-06-2020 dengan nomor permohonan DID2020027500. Meskipun saat ini merek Jempol Ok adalah merek yang ditolak, namun DJKI tetap memberi perlindungan terhadap merek ini selama proses merek ini diterima permohonan pendaftarannya (dalam proses).

Foto	Aspek yang Diamati	Sama	Tidak Sama	Komentar
<b>Djempok Ok</b>				
	Gambar		✓	Merek yang

	Logo	✓		didaftarkan
	Nama	✓		terdapat unsur
	Kata	✓		dominan yang memiliki kesamaan dengan merek yang telah dimohonkan terlebih dulu. Adapun unsur kesamaannya terdapat pada logo, kata, huruf, produk dan kualitas.
	Huruf	✓		
	Susunan Warna		✓	
	Produk	✓		
	Kualitas	✓		

Tabel 3 Lembar *Checklist* Pengamatan Merek Djempol Ok

Merek Djempol Ok dan Jempol Ok. Peneliti sepakat bahwa merek ini mendapat penolakan karena memenuhi ketentuan UU Merek, karena merek ini apabila diperhatikan memiliki persamaan kata yang hampir keseluruhan susunan katanya mirip dengan merek yang telah terdaftar sebelumnya. Apabila diperhatikan pula pada lembar *checklist* merek ini memiliki persamaan yang mendominasi. Peneliti juga mengamati bahwa adanya kemiripan yang dominan yaitu pada kata-kata diantara keduanya yang tercantum “beras slyp super” dan jika dicermati, permohonan merek Djempol Ok hanya berbeda 10 setelah permohonan merek Jempol Ok ini di terima pendaftarannya oleh DJKI. Oleh karena itu, hal inilah yang menjadi perhatian DJKI terhadap permohonan pendaftaran yang dicurigai dapat menimbulkan persaingan usaha yang dapat merugikan salah satu pihak. Tetapi apabila diperhatikan dari unsur gambar dan susunan warna, tentu diantara kedua merek ini mempunyai perbedaan yang dimana merek Djempol OK disertai gambar koki dan gambar beras serta unsur warna yang beragam, sedangkan merek Jempol OK hanya menampilkan gambar berbentuk oval kemudian disertai unsur kata-kata.

Dalam kasus yang diamati pada tabel 4.2 dan tabel 4.1, menunjukkan bahwa tidak terdapat unsur yang dominan. Hal ini pun dibenarkan juga oleh teori yang diungkapkan *Word Trade Mark Symposium* di Cannes pada

Tahun 1992 bahwa beberapa unsur yang dapat digunakan sebagai patokan untuk menilai persamaan pada pokoknya, yaitu:

- 1) Persamaan penampilan (*similarity of appearance*)
- 2) Persamaan bunyi (*sound similarity*)
- 3) Persamaan konotasi (*connotation similarity*)
- 4) Persamaan kesan dalam perdagangan (*similarity in commercial impression*)
- 5) Persamaan jalur perdagangan (*trade channel similarity*)

Apabila diperhatikan dalam teori ini, kasus merek Hanna Water dan merek Hijrah tidak memenuhi karena baik mengenai persamaan penampilan, persamaan bunyi, persamaan konotasi, persamaan kesan dalam perdagangan maupun persamaan jalur perdagangan sama sekali berbeda dengan merek-merek yang terdaftar.

Selain penolakan merek yang ditolak berdasarkan unsur-unsur di atas, alasan lain penolakan merek juga dapat ditolak apabila diajukan tidak berdasarkan itikad baik. Maksud dari itikad baik adalah permohonan pendaftaran merek secara layak dan jujur tanpa ada niat buruk seperti membonceng, meniru ketenaran merek pihak lain demi kepentingan usahanya yang akibatnya dapat merugikan pihak lain atau menimbulkan kondisi persaingan usaha tidak sehat seperti curang, mengecoh, atau menyesatkan konsumen.

Meskipun begitu, peneliti berharap adanya instrumen yang jelas dan konkrit dalam menjelaskan unsur dominan ini kedalam UU Merek maupun Permenkumham tentang Pendaftaran Merek karena peneliti menganggap bahwa apabila dalam permenkumham hanya mengatakan “dominan” maka kata dominan ini dianggap sangat bersifat subyektif sehingga apabila subyektivitas ini mendominasi dalam Pemeriksa merek maka menimbulkan persolan baru di masyarakat tentang seperti apa dalam memaknai kata “dominan”. Dibutuhkan adanya instrumen khusus agar menghindari adanya perbedaan persepsi guna tercapainya kepastian hukum.

### **C. Kesimpulan**

Peneliti berharap adanya instrumen yang jelas dan konkrit dalam menjelaskan unsur dominan ini kedalam UU Merek maupun

Permenkumham tentang Pendaftaran Merek karena peneliti menganggap bahwa apabila dalam permenkumham hanya mengatakan “dominan” maka kata dominan ini dianggap sangat bersifat subyektif sehingga apabila subyektivitas ini mendominasi dalam Pemeriksaan merek maka menimbulkan persoalan baru di masyarakat tentang seperti apa dalam memaknai kata “dominan”. Dibutuhkan adanya instrumen khusus agar menghindari adanya perbedaan persepsi guna tercapainya kepastian hukum.

### **Daftar Pustaka**

Astrini, D. R. S. (2021). *Penghapusan Merek Terdaftar: Berdasarkan UU No.15*

*Tahun 2001 tentang merek dan UU No. 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis jo. Perubahan UU No. 11 tahun 2020 tentang cipta kerja di hubungkan dengan TRIPs-WTO. Bandung: Penerbit Alumni.*

Silvia, R. (2016). *Kriteria Unsur milik Umum Dalam Pendaftaran Merek*

*Berdasarkan Pasal 5 Huruf C Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001*

*Tentang Merek. Universitas Adma Jaya Yogyakarta. Yogyakarta.*

Chazawi, H. A. (2019). *Tindak Pidana Atas Hak Kekayaan Intelektual (HaKI) Edisi Revisi. Malang: Media Nusa Creative.*

Gunawati, A. (2015). *Perlindungan Merek Barang dan Jasa Tidak Sejenis*

*Terhadap Persaingan Usaha Tidak Sehat. Bandung: PT. Alumni.*