 <p>JURNAL PROGRAM SARJANA ILMU HUKUM UNIVERSITAS ISLAM AS-SYAFI'YAH</p> <p>Hal. 114-138</p>	<p>E-ISSN 2809-8641</p>	<p>Naskah Dikirim 21/08/2025</p>	<p>Naskah Direview 25/09/2025</p>	<p>Naskah Diterbitkan 30/09/2025</p>
---	---	--------------------------------------	---------------------------------------	--

**MENGUKUR PERSAMAAN PADA POKOKNYA PADA SENGKETA
MEREK DARI PERSPEKTIF KEPASTIAN HUKUM**

Natasya Awaliyah¹, Efridani Lubis²

¹Universitas Islam As-Syafi'iyah, Indonesia , awaliyah.natasya08@gmail.com

Universitas Islam As-Syafi'iyah, Indonesia, efridani@yahoo.com

DOI: <https://doi.org/10.34005/jhj.v7i2.191>

Abstrak

Persaingan usaha semakin kuat dan ketat, dan pelaku usaha lain nekat meniru sebuah logo atau nama dari usaha lain, guna menguntungkan usahanya sendiri. Seperti sengketa merek dagang antara BANADOZ vs BENATOZ dan Sensi Convex MASK vs CONVEX MASK, tindakan tersebut dapat merugikan pelaku usaha yang sudah mendaftarkan merek dagangnya terlebih dahulu pada Ditjen HKI, sehingga hal tersebut dapat memicu sebuah sengketa hukum yang berfokus pada sengketa merek dagang. Penelitian ini menggunakan metode campuran (*mixed methods*) adalah suatu metode penelitian antara metode kuantitatif dengan metode kualitatif untuk digunakan secara bersama-sama dalam suatu kegiatan penelitian, sehingga diperoleh data yang lebih komprehensif, valid, reliable dan objektif. Hasil dari penelitian dapat diketahui terdapat persamaan dari hasil putusan pengadilan yang menyatakan tidak ada persamaan produk dengan hasil kuesioner yang menjawab bahwa BANADOZ dan BENATOZ merupakan produk yang berbeda serta tidak memiliki kesamaan. Selain itu juga terdapat dari hasil putusan pengadilan yang menyatakan terdapat persamaan produk SENSI CONVEX MASK dan CONVEX MASK dengan hasil kuesioner yang menjawab bahwa SENSI CONVEX MASK dan CONVEX MASK merupakan produk yang memiliki kesamaan dan sulit untuk dibedakan.

Kata kunci : Sengketa, Merek Dagang, Persamaan Pada Pokoknya

Abstract

Business competition is becoming increasingly strong and tight, and some business actors recklessly imitate a logo or name of another business to benefit their own

enterprise. For example, in the trademark disputes between BANADOZ vs. BENATOZ and Sensi Convex MASK vs. CONVEX MASK, such actions may harm business actors who have previously registered their trademarks with the Directorate General of Intellectual Property (DGIP), thereby triggering legal disputes focused on trademark infringement. This research employs a mixed-methods approach, which combines quantitative and qualitative methods to be used simultaneously in a research activity, in order to obtain more comprehensive, valid, reliable, and objective data. The findings reveal similarities between court rulings and questionnaire results. The court's decision stated that there was no similarity between BANADOZ and BENATOZ, which is consistent with the survey responses indicating that the two are different products without any resemblance. Conversely, the court ruled that SENSI CONVEX MASK and CONVEX MASK share similarities, which aligns with the survey responses that identified the two as similar products that are difficult to distinguish.

Keywords: Dispute, Trademark, Substantial Similarity

I. PENDAHULUAN

Merek mempunyai peranan yang sangat penting bagi kelancaran dan peningkatan sebuah usaha dalam kegiatan perdagangan dan penanaman modal. Merek dengan *brand imagenya* dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan tanda atau daya pembeda yang penting dan merupakan jaminan kualitas dari sebuah produk.

Dalam hal sengketa persamaan merek dagang ini, seorang penggugat harus membuktikan bahwa tergugat menggunakan merek dagang yang benar-benar sama, dan penggugat merasa dirugikan. Seperti pada kasus antara merek Banadoz vs Benatoz dan Sensi Convex Mask vs Convex Mask.

Dalam Putusan No.34/Pdt.Sus-Merek/2014/PN/Jkt.Pst, tanggal 10 September 2014, perkara sengketa merek Banadoz vs Benatoz, Majelis Hakim menyatakan menolak gugatan Penggugat dengan alasan merek BENATOZ milik Tergugat tidak memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek BANADOZ milik Penggugat. Putusan Nomor 34/Pdt.Sus- Merek/2014/PN.Jkt.Pst, tanggal 10 September 2014 ini telah diajukan permohonan Kasasi oleh Penggugat. Mahkamah Agung dalam pemeriksaan tingkat kasasi melalui Putusan

Nomor 263 K/Pdt.Sus-HKI/2015, menyatakan menolak Kasasi.

Dalam Sengketa merek SENSI CONVEX vs merek CONVEX MASK, Putusan Nomor : 65/Pdt.Sus- Merek/2022/PN.Niaga.Jkt.Pst, Majelis Hakim menyatakan mengabulkan gugatan Penggugat untukseuruhnya, menyatakan Penggugat adalah pendaftar pertama (*First to File*) atas Merek CONVEX dan Merek SENSICONVEX di Indonesia. Menyatakan bahwa pendaftaran Merek CONVEX MASK, Kelas 10, Daftar No : IDM000953200, tanggal pendaftaran 09 Maret 2022 atas nama Tergugat mempunyai persamaan pada pokoknya dengan. Merek Convex Mask dan Merek Sensi Convex Mask atas mama Penggugat yang telah terdaftar lebih dahulu

Tindakan menyemai sebuah merek juga dapat disebut dengan *passing off*, tindakan tersebut dilakukan pelaku usaha tidak jujur yang seringkali terjadi dalam praktik perdagangan, oleh karena itu penegakan hukum merek harus mendapatkan perhatian serius. Pemboncengan reputasi (*passing off*) merupakan perbuatan melawan hukum, karena perbuatan tersebut melanggar hukum yang berlaku, dalam hal ini hukum yang dilanggar adalah Pasal 21 (1) UU MIG, dalam pasal ini diatur bahwa merek terdaftar tidak boleh memiliki persamaan dengan merek apapun baik serupa dalam substansi atau secara umum dengan merek dagang terdaftar lainnya dan/atau merek dagang terkenal.

Para pihak juga dapat menyelesaikan sengketa melalui arbitrase atau alternatif penyelesaian sengketa. Berdasarkan Pasal 3 ayat (1) Undang-undang No. 4 Tahun 2004 tentang Kekuasaan Kehakiman dapat diketahui bahwa bagi masyarakat tidak terdapat keharusan untuk menyelesaikan sengketa melalui pengadilan, tetapi para pihak dapat memilih menyelesaikan sengketa yang terjadi dengan cara perdamaian atau arbitrase. Pasal 1 butir 10 Undang-Undang No. 30 Tahun 1999 mengatur bahwa APS adalah lembaga penyelesaian sengketa atau beda pendapat melalui prosedur yang disepakati para pihak, yakni penyelesaian di luar pengadilan dengan cara konsultasi, negosiasi, mediasi, konsiliasi, atau penilaian ahli. Kebebasan untuk memilih bentuk penyelesaian tersebut menjadi pembeda antara penyelesaian sengketa di luar pengadilan dan penyelesaian sengketa di dalam pengadilan. Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka perlu melakukan penelitian terkait sengketa merek dagang yang

memiliki persamaan pada pokoknya agar tidak terjadi hal-hal yang dapat merugikan pelaku usaha lain yang sudah mendaftarkan merek usahanya terlebih dahulu. Dengan adanya Hak Atas Kekayaan Intelektual mendorong timbulnya inovasi, pengalihan dan penyebaran teknologi serta diperolehnya manfaat bersama antara penghasil dan pengguna pengetahuan teknologi, menciptakan kesejahteraan sosial dan ekonomi.

II. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian sebagaimana dipaparkan pada latar belakang di atas, maka pokok masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana motif operandi penggunaan merek dagang yang memiliki kesamaan pada pokoknya?
2. Bagaimana akibat hukum terhadap penggunaan merek dagang yang memiliki kesamaan pada pokoknya?
3. Bagaimana penyelesaian hukum terhadap sengketa merek yang memiliki kesamaan pada pokoknya ?

III. METODE PENELITIAN

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah model penelitian hukum normatif, yaitu penelitian yang mengutamakan informasi sekunder. Kajian ini pada hakekatnya adalah deskripsi analitis, yaitu kajian yang mencoba menguraikan secara rinci dan kemudian menganalisis suatu masalah hukum (fenomena hukum). Data yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan teknik penelitian. Selain itu, penelitian dengan metode campuran juga dirancang untuk memudahkan interpretasi data dan analisis hasil penelitian ini.

IV. PEMBAHASAN

A. UNSUR MEREK MEMILIKI PERSAMAAN PADA POKOKNYA

Merek (*brand*) adalah suatu aspek yang sangat penting dalam dunia bisnis dan pemasaran. Merek bukan hanya sekadar nama atau logo, tetapi juga mencakup persepsi, nilai, dan emosi yang dikaitkan dengan produk atau layanan. Berbagai teori merek telah dikembangkan untuk memahami dinamika di balik pembentukan, pengelolaan, dan keberhasilan merek. Meskipun terdapat variasi dalam pendekatan, ada kesamaan pokok yang

mendasari teori-teori merek utama.

Salah satu pokok utama dalam teori merek adalah perbedaan antara identitas merek dan citra merek. Identitas merek mengacu pada elemen-elemen inti yang mendefinisikan suatu merek, seperti nilai-nilai, misi, dan visi. Di sisi lain, citra merek adalah bagaimana merek tersebut dilihat oleh konsumen. Kesamaan ini tercermin dalam pentingnya membangun identitas yang kuat untuk membentuk citra merek yang diinginkan.

Dalam ketentuan Undang-Undang Merek, dijelaskan bahwa terdapat salah satu mekanisme yang dapat menyebabkan kehilangan kekuatan hukum sertifikat merek dagang, yaitu melalui proses penghapusan merek. Proses penghapusan ini memiliki kriteria yang ketat, dan hanya dapat dilakukan oleh pihak-pihak tertentu, seperti Direktorat Merek, Putusan Pengadilan Niaga yang memiliki kekuatan hukum tetap, dan pemilik merek itu sendiri.

Proses penghapusan merek dapat dimulai oleh Menteri melalui rekomendasi dari Komisi Banding Merek, sebagaimana diatur dalam pasal 72 ayat (7) Undang- Undang Merek terbaru. Disesuaikan dengan ketentuan tersebut, penghapusan merek yang terdaftar dapat diinisiasi oleh Menteri jika terdapat dasar yang cukup sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku seperti²:

1. Mempunyai kesamaan pada pokok dan/atau keseluruhan dengan Indikasi Geografis. Berlawanan dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan, dan ketertiban umum; atau
2. Menunjukkan kesamaan pada keseluruhan dengan ekspresi budaya tradisional, warisan budaya tak benda, atau nama atau logo yang telah menjadi tradisi turun temurun.
3. Menunjukkan kesamaan pada keseluruhan dengan ekspresi budaya tradisional, warisan budaya tak benda, atau nama atau logo yang telah menjadi tradisi turun temurun.

B. FAKTA-FAKTA YANG MENYEBABKAN SENGKETA

Sengketa merupakan fenomena yang tak terhindarkan dalam kehidupan manusia, sebab di dalamnya selalu menyelip konflik. Dimanapun terdapat sengketa, pasti akan ditemui situasi konflik. Konflik hadir dalam berbagai

bentuk dalam kehidupan sehari-hari, mulai dari konflik kecil dan ringan hingga konflik yang besar dan kompleks. Hal ini merupakan realitas yang dihadapi oleh semua lapisan masyarakat, karena kehidupan ini penuh dengan berbagai permasalahan yang tidak bisa dihindari. Penanganan terhadap konflik ini sangat tergantung pada bagaimana individu atau kelompok menghadapinya, serta kemampuan mereka dalam menyelesaikannya.

Contohnya, perselisihan antara BANADOZ dan BENATOZ dapat mencakup klaim pelanggaran merek dan upaya untuk membedakan produk atau layanan yang ditawarkan oleh kedua pihak. Penilaian apakah kesamaan tersebut menyebabkan kebingungan konsumen atau menimbulkan risiko merugikan bagi pemilik merek yang lebih awal akan menjadi fokus dalam penyelesaian sengketa. Sementara itu, persaingan antara SENSÍ CONCEX MASK dan CONVEX MASK dalam industri masker mencerminkan upaya merek untuk menonjol di pasar yang kian berkembang, di mana keunikan dan keamanan produk menjadi perhatian utama.

Jenis sengketa dalam hukum bisnis, terutama terkait dengan Hak Atas Kekayaan Intelektual (HKI), mencakup beragam aspek yang melibatkan perlindungan karya intelektual, hak paten, merek dagang, hak cipta, desain industri, dan rahasia dagang. Sengketa semacam ini dapat muncul dari berbagai situasi, termasuk pelanggaran hak, perselisihan merek, tuntutan paten, dan pelanggaran hakcipta.

C. JENIS PENYELESAIAN SENGKETA

Secara resmi, tidak ada ketentuan khusus yang mengharuskan bahwa kasus Hak Atas Kekayaan Intelektual (HKI) harus ditangani oleh hakim yang memiliki keahlian khusus dalam bidang HKI. Namun, dalam praktiknya, Mahkamah Agung telah membentuk tim khusus untuk menangani kasus-kasus HKI dan kasus perdata lainnya, terutama kasus kepailitan. Dalam HIR (*Hertz Inlands Reglement*), tidak ada batasan waktu yang ditetapkan untuk menyelesaikan suatu kasus. Namun, dengan berlakunya undang-undang HKI yang baru, terutama berkaitan dengan Hak Cipta, maka permohonan kasasi harus diselesaikan dalam waktu 3 (tiga) bulan. Hal ini dianggap sebagai perkembangan positif bagi masyarakat Indonesia.

Dalam konteks Undang-Undang HKI, khususnya untuk pengajuan kasasi, pembatasan waktu yang ditetapkan adalah 60 hari. Selain itu, terdapat pembatasan waktu yang bervariasi untuk pengajuan kasasi ke Mahkamah Agung sesuai dengan undang-undang yang bersangkutan. Sebagai contoh, dalam Undang-Undang Paten, waktu yang diberikan untuk mengajukan kasasi adalah 180 hari, sementara dalam Undang-Undang Merek dan Desain Industri, waktu yang diberikan adalah 90 hari. Penting untuk dicatat bahwa tidak terdapat proses banding bagi perkara HaKI, kecuali untuk perkara yang terkait dengan Hak Cipta.

1. Sengketa Merk Dagang Benadoz vs Benatoz

PT Sandoz Indonesia yang berlokasi di Jalan TB Simatupang, Pasar Rebo, Jakarta Timur, merupakan produsen Banadoz. PT Sandoz mendaftarkan merek Banadoz ke Direktur Jenderal Kekayaan Intelektual (KI) Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia pada tanggal 19 Januari 2009 dengan menggunakan nomor IDM 000190216. PT Sandoz takjub ketika menemukan merek serupa bernama Benatoz diproduksi oleh Erlan Suherlan, warga Cilangkap, Jakarta Timur di pasaran. Penelitian lebih lanjut mengungkapkan bahwa Benatoz juga memiliki nomor sertifikat merek IDM000388154, yang terakhir didaftarkan pada 6 Mei 2013. Benatoz dan Banadoz keduanya merupakan obat-obatan. PT Sandoz menggugat Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia agar merek Benatoz dicabut karena hal ini dinilai kementerian tidak melindungi haknya. Pasalnya, merek Benatoz tersebut yang dianggap mirip pengucapan Banadoz merugikan PT Sandoz (Ando, 2016).

Kasus ini dibatalkan. Perkara yang diajukan PT Sandoz ditolak oleh Pengadilan Negeri Jakarta Pusat (PN Jakpus) pada 10 September 2014. Karenaditolak, PT Sandoz mengajukan banding. Pada tanggal 18 Juni 2015, Mahkamah Agung menolak permohonan kasasi PT Sandoz Indonesia. Perkaratersebut diketahui bernomor 263 K/Pdt-Sus.HKI/2015. Dalam putusannya yang bulat, majelis menyatakan bahwa “tidak ada persamaan hakikat antara merek Penggugat dengan merek Tergugat baik bunyi, pengucapan, maupun penulisan merek, sehingga keduanya berbeda.

(MK, 2016).

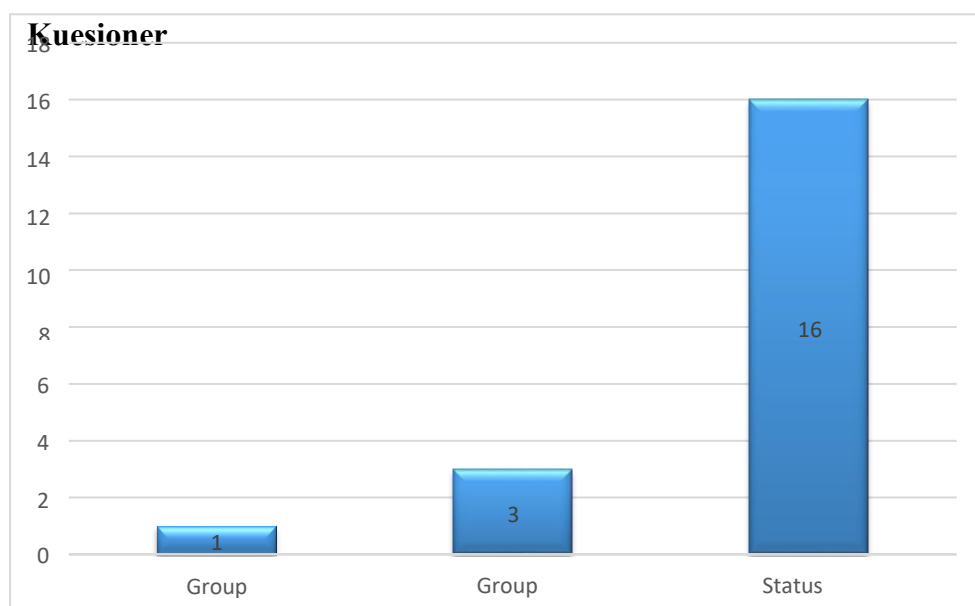
2. Sengketa Merk Dagang Sensi Convex Mask vs Convex Mask

Merk sensi convex mask vs convex mask, ialah salah satu merek masker, memiliki desain tiga dimensi ergonomis yang menyisakan ruang di depan mulut dan tidak menempel di bibir. Pilihan yang lebih aman adalah penyangga hidung berbentuk V yang dipasang pada tulang hidung daripada menggunakan kawat atau logam. Pengait telinga terbuat dari bahan yang lentur dan non-lateks. Masker yang lebih kuat memiliki empat lapisan, yang masing-masing memiliki dua filter untuk perlindungan tambahan terhadap cipratan dan tetesan cairan. Hal ini menurunkan kemungkinan virus, bakteri, dan mikroorganisme lain menyebar bersama debu dan partikel kecil lainnya.

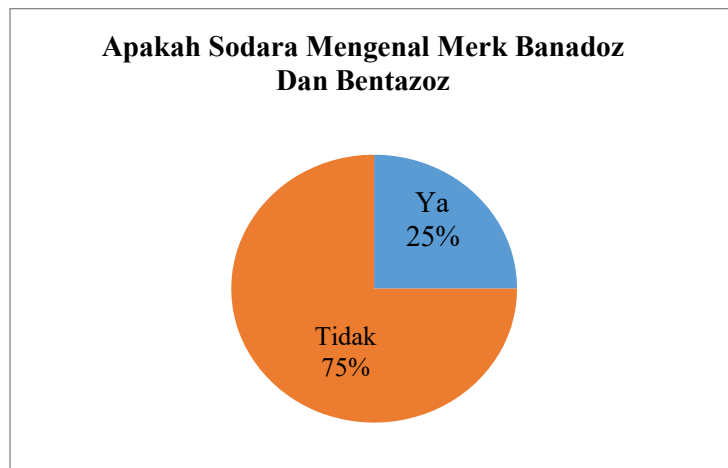
Lapisan bahan bernapas dan lembut. Keduanya memiliki keamaan cirikhas ialah sama-sama memiliki jenis yang sama. Namun ditemukan tidak adanya sengketa antara kedua jenis masker tersebut, hal ini tidak ditemukan dalam direktorat putusan Mahkamah Konstitusi, mengenai putusan merek (MK, 2020).

3. Analisis Hasil Konsumen dan Table Perbandingan Studi Kasus

Dari hasil penelitian yang dilakukan dengan jumlah Kuesioner 20 sampel yang dibagikan pada 2 (dua) group WhatsApp, dan juga dibagikan melalui status WhatsApp. Hal ini dapat dilihat pada gambar 3.4 berikut ini. **Gambar 3.1 Hasil**

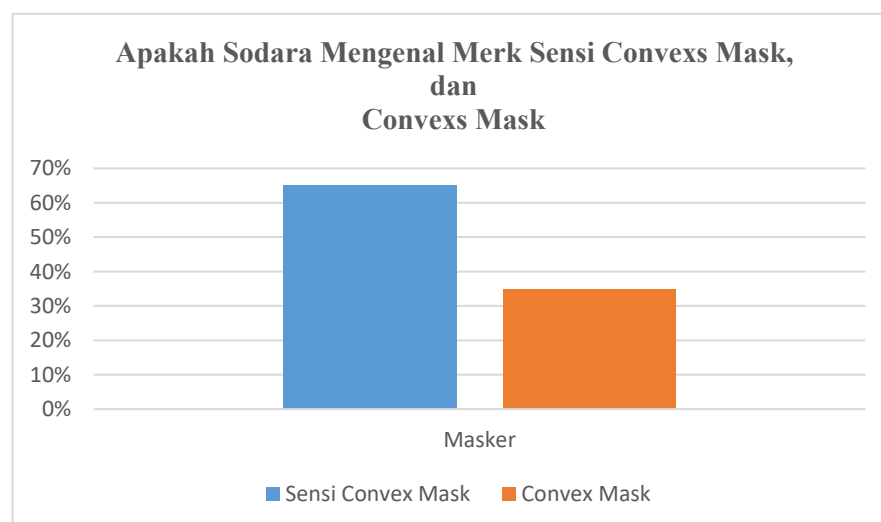


Dari hasil penelitian yang dilakukan dengan jumlah kuesioner 20 sampel group didapatkan bahwa rata rata dari 15 orang tidak mengetahui dan asing terhadap kedua merek tersebut. Hal ini dapat dilihat pada gambar 5 yang merupakan data hasil wawancara.



Gambar 3.2 Wawancara

Namun berbeda halnya dengan hasil analisis mengenai produk masker, dengan jenis convex mask, didapatkan bahwa, hasilnya 65% mengenal jenis convex mask merk sensi, 35% mengenal convex mask merk lain. Hal ini dapat dilihat pada gambar 3.6. Dibawah ini.



Gambar 3.3 Bagan Hasil Wawancara

Dari hasil penelitian pula, didapatkan bahwa rata-rata pembeli tidak mengetahui apa itu hak cipta merek dagang, juga tidak mengetahui

pinjiplakan adanya merek dagang, yang mereka ketahui ialah, yang terpenting harga murah, dan kualitas sama, namun hal ini dapat merugikan beberapa perusahaan yang merek nya di copy, atau mengalami pelanggaran hak ciptanya, maka dari itu perusahaan wajib mendaftarkan merek dagangnya pada HKI.

No.	Kuesioner	Frekuensi	Presentase
1.	Ya	5	25%
2.	Tidak	15	75%
Total		20	100%

Tabel 3.1 Tanggapan Responden Mengenai Kenal akan Produk Banadoz

Berdasarkan tabel 3.1 diatas menunjukkan bahwa jumlah responden yang belum mengetahui akan produk Banadoz ada 15 responden (75%), sedangkan hanya 5 responden (25%) yang mengetahui produk Banadoz. Sebagian besar para masyarakat di Indonesia jarang sekali mengetahui dan mengenali nama obat-obatan yang berada di pasaran, sehingga banyak sekali responden yang menjawab tidak mengenal obat Banadoz.

No.	Kuesioner	Frekuensi	Presentase
1.	Obat antibiotik	4	20%
2.	Tidak Tahu	16	80%
Total		20	100%

Tabel 3.2 Tanggapan Responden Mengenai Nama Merek Banadoz

Berdasarkan 3.2 menunjukkan bahwa jumlah responden yang belum mengetahui akan nama merek produk Banadoz ada sebanyak 16 responden (80%), sedangkan hanya 4 (20%) responden yang hanya menjawab produk Banadoz sebagai obat Antibiotik.

No.	Kuesioner	Frekuensi	Presentase
1.	Ya	2	10%
2.	Tidak	19	90%
Total		20	100%

Tabel 3.3 Tanggapan Responden Mengenai Kenal akan Produk

Benatoz

Berdasarkan tabel 3.3 menunjukkan bahwa jumlah responden yang belum mengetahui akan produk Benatoz ada 20 responden (90%), sedangkan hanya 2 atau 10% responden yang mengetahui produk Benatoz.

No.	Kuesioner	Frekuensi	Presentase
1.	Obat – obatan	2	10%
2.	Tidak Tahu	18	90%
Total		20	100%

Tabel 3.4 Tanggapan Responden Mengenai Kenal akan Produk Benatoz

Berdasarkan Tabel 3.4 menunjukkan bahwa jumlah responden yang belum mengetahui akan nama merek produk Benatoz ada sebanyak 18 responden (90%), sedangkan hanya 2 (10%) responden yang menjawab produk benatoz sebagai obat-obatan. Dapat disimpulkan bahwa masyarakat lebih mengetahui merek banadoz tersebut sebagai obat antibiotik, dibandingkan dengan benatoz yang tidak diketahui jenis obat apa.

No.	Kuesioner	Frekuensi	Presentase
1.	Ya	5	25%
2.	Tidak	15	75%
Total		20	100%

Tabel 3.5 Tanggapan Responden Mengenai Kesamaan Produk Merek Banadoz dan Benatoz

Berdasarkan Tabel 3.5 menunjukkan bahwa jumlah responden yang berpendapat bahwa nama merek produk BANADOZ dan BENATOZ tidak memiliki kesamaan ada sebanyak 15 responden (75%), sedangkan hanya 5 responden (25%) yang menjawab produk BANADOZ dan BENATOZ memiliki kesamaan.

Berdasarkan hasil kuesioner, banyak responden memperhatikan akan perbedaan kedua produk obat yang memiliki pelafalan hampir sama. Sebagai konsumen harus cerdas dan rajin mencari informasi terkait suatu produk yang akan dikonsumsi, mereka berhak mendapatkan obat yang

sesuai dengan gejala dan fungsi obat tersebut. Kedua produk ini mempunyai pelafalan yang hampir sama dan mirip dalam penyebutannya yaitu BANADOZ dan BENATOZ. Padahal kedua merek tersebut sangat berbeda, penekana perbedaan dari kedua merek tersebut adalah terkait dengan huruf “A dan D” serta “E dan T”. Banadoz adalah obat antibiotik yang digunakan untuk mengobati infeksi pada kulit, jaringan lunak, saluran genital dan saluran kemih, serta saluran pernapasan bagian atas dan benadoz adalah hanya dari tampilan akhir huruf nya saja, keduanya merupakan sama-sama jenis obat golongan antibiotik, yang bebas dijual dipasaran dengan resep dokter.

Bila dibandingkan hasil kuesioner dengan analisis putusan pengadilan memiliki persamaan. Para responden atau masyarakat awam bisa membedakan kedua produk antara BANADOZ dan BENATOZ. Maka dari itu tidak perlu dikhawatirkan para konsumen akan salah membeli produk antara BANADOZ dan BENATOZ. Walaupun pelafalan dan pengucapannya berbeda, tetapi para responden banyak yang menanggapi bahwa kedua produk tersebut tidak memiliki kesamaan. (Wijaya, 2020).

Hasil putusan pengadilan menjelaskan bahwa sudah tepat dan benar, tidak terdapat persamaan pada pokoknya antara merek BANADOZ dan merek BENATOZ dari segi bunyi, pengucapan maupun penulisan merek sehingga keduanya berbeda. Maka dari itu dapat disimpulkan antara hasil kuesioner dengan hasil analisis pengadilan terhadap sengketa merek dagang yang memiliki kesamaan antar BANADOZ dan BENATOZ sama-sama menolak serta menganggap kedua produk tersebut berbeda.

D. MEREK SENSI CONVEX MASK VS CONVEX MASK

No.	Kuesioner	Frekuensi	Presentase
1.	Ya	11	55%
2.	Tidak	9	45%
Total		20	100%

Tabel 4.1 Tanggapan Responden Mengenai Pernah Dengar Produk Sensi Convex Mask

Berdasarkan Tabel 4.1 menunjukkan bahwa jumlah responden yang pernah mendengar produk sensi convex mask ada 11 responden (55%), sedangkan hanya 9 responden (45%) yang tidak pernah mendengar merek sensi convex mask.

No.	Kuesioner	Frekuensi	Presentase
1.	<i>Convex Mask 4 ply</i>	1	5%
2.	Masker	9	45%
3.	Masker Sensi	2	10%
4	Tidak Tahu	8	40%
Total		20	100%

Tabel 4.2 Tanggapan Responden Mengenai Nama Produk dari Sensi Convex Mask

Berdasarkan Tabel 4.7 menunjukkan bahwa jumlah respon yang mengetahui nama produk sensi convex mask ada sebanyak 12 responden (60%), yang di mana para responden beragam memberi jawabannya mulai dari convex mask 4 ply, masker, dan masker sensi. Sedangkan hanya 8 responden (40%) responden yang belum mengetahui produk sensi convex mask.

No.	Kuesioner	Frekuensi	Presentase
1.	Ya	5	25%
2.	Tidak	15	75%
Total		20	100%

Tabel 4.3 Tanggapan Responden Mengenai Pernah Dengar Produk Convex Mask

No.	Kuesioner	Frekuensi	Presentase
-----	-----------	-----------	------------

1.	Convex Mask 4 ply	1	5%
2.	Masker	4	40%
3.	Sensi, KN-94	1	10%
4	Tidak Tahu	14	70%
Total		20	100%

Berdasarkan Tabel 4.8 menunjukkan bahwa jumlah responden yang tidak pernah mendengar produk convex mask ada 15 responden (75%), sedangkan hanya 5 responden (25%) yang pernah mendengar merek convex mask. Dapat disimpulkan masyarakat awam lebih mengenal dan mengetahui produk sensi convex mask tersebut dibandingkan dengan produk convex mask.

Tabel 4.4 Tanggapan Responden Mengenai Nama Produk dari Convex Mask

Berdasarkan Tabel 4.4 menunjukkan bahwa jumlah responden yang mengetahui nama produk sensi convex mask ada sebanyak 5 responden (45%), yang di mana para responden beragam memberi jawabannya mulai dari convex mask 4 dan masker. Tetapi terdapat 1 (10%) orang responden yang menjawab sensi KN-94 sebagai produk convex mask, padahal produk tersebut merupakan produk dari sensi convex mask. Hal ini yang akan menyebabkan para masyarakat awam bingung dan tidak bisa membedakan kedua produk yang memiliki harga sama dan jenis barang yang sama. Sedangkan 14 responden (70%) belum mengetahui nama produk dari convex mask.

No.	Kuesioner	Frekuensi	Presentase
1.	Ya	12	60%
2.	Tidak	8	40%
Total		20	100%

Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Kesamaan Produk Merek Sensi Convex Mask dan Convex Mask

Berdasarkan Tabel 4.10 menunjukkan jumlah responden yang berpendapat bahwa nama merek produk SENSI CONVEX MASK dan CONVEX MASK memiliki kesamaan ada sebanyak 12 responden (60%)

sedangkan hanya 8 responden atau (40%) yang menjawab produk SENSI CONVEX MASK dan CONVEX MASK tidak memiliki kesamaan.

Berdasarkan hasil kuesioner, banyak responden memperhatikan akan kesamaan dua masker yang memiliki nama hampir sama. Sebagai konsumen harus cerdas dan mengetahui produk mana yang biasa mereka gunakan, jangan sampai salah membeli produk. Kedua produk ini mempunyai pelafalan yang sama dan mirip dalam segi kata yaitu SENSI CONVEX MASK dan CONVEX MASK. SENSI CONVEX MASK adalah jenis masker medis yang bertujuan untuk perlindungan anti bakterial dan sudah terkenal serta dimintai oleh masyarakat luas dengan “ brand image” yang memiliki kata “CONVEX”. Sedangkan CONVEX MASK juga merupakan masker bedah/medis yang digunakan tubuh untuk melindungi infeksi virus.

Perbandingan Antara Putusan Pengadilan Sengketa Merek Dagang Banadoz vs Benatoz dan Sensi Convex Mask vs Convex Mask

Keterangan	Kasus 1 No.34/PDT.SUS-MEREK/2014/PN.JKT.PS T jo. No.263/K/Pdt.SusHKI/2015	Kasus 2 No.65/PDT.SUSMEREK/2022/PN.NIAGA.JKT.PST
Pokok Gugatan	1. Menyatakan bahwa Penggugat adalah pemilik dan pemakai pertama merek “BANADOZ”; 2. Menyatakan bahwa merek "BENATOZ" dengan Nomor IDM000388154 tertanggal 6 Mei 2013 atas nama Tergugat memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek "BANADOZ"	Menyatakan bahwa Penggugat adalah pendaftar pertama (<i>First to File</i>) atas Merek CONVEX dan Merek SENSICONVEX di Indonesia. Menyatakan bahwa pendaftaran Merek CONVEX MASK, Kelas 10, Daftar No: IDM000953200, tanggal pendaftaran 09 Maret 2022 atas nama Tergugat mempunyai persamaan pada pokoknya dengan Merek CONVEX dan Merek SENSI CONVEX, atas nama

	<p>Dengan Nomor IDM000190216 tertanggal 19 Januari 2009 milik Penggugat; Menyatakan batal demi hukum pendaftaran merek "BENATOZ" dengan Nomor IDM000388154 tertanggal Mei 2013 atas nama Tergugat beserta segala akibat hukumnya;</p>	<p>Penggugat yang telah terdaftar lebih dahulu.</p> <p>3. Membatalkan pendaftaran Merek CONVEX MASK, Kelas 10, Daftar No: IDM000953200, tanggal pendaftaran 09 Maret 2022 atas nama Tergugat dengan segala akibat hukumnya.</p>
Putusan	<p>Perlu diketahui bahwa, Permohonan Kasasi BANADOZ ditolak oleh Mahkamah Agung berdasarkan Putusan No.34/PDT.SUS-MEREK/2014/PN.JK T.PST jo. No.263/K/Pdt.Sus-HKI/2015 . Sebagai dasar pertimbangannya bahwa Merek BANADOZ tidak memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhan dengan merek BENATOZ. Hasil putusan pengadilan menjelaskan bahwa sudah tepat dan benar, Tidak terdapat persamaan pada pokoknya antara merek BANADOZ dan merek BENATOZ dari segi</p>	<p>Putusan No. 65/PDT.SUS MEREK/2022/PN.NIAGA.J KT.PST yang melibatkan merek SENSI CONVEX vs MERK CONVEX MASK, pihak SENSI CONVEX memenangkan kasus ini dengan berhasil membuktikan kepemilikan hak mereknya. Pembuktian kepemilikan hak merek bisa melibatkan berbagai elemen, dan dalam kasus ini, pihak SENSI CONVEX mungkin berhasil menyajikan bukti-bukti yang kuat untuk menegaskan bahwa merek tersebut sah dan dimilikinya secara hukum. Bila dibandingkan hasil kuesioner dengan analisis putusan pengadilan memiliki persamaan. Para responden atau masyarakat awam memberi tanggapan bahwa kedua produk tersebut memiliki kesamaan.</p>

	<p>bunyi, pengucapan maupun penulisan merek sehingga keduanya berbeda. Maka dari itu dapat disimpulkan antara hasil kuesioner dengan hasil analisis pengadilan terhadap sengketa merek dagang yang memiliki kesamaan antar BANADOZ dan BENATOZ sama sama menolak serta menganggap kedua produk tersebut berbeda. Dapat disimpulkan bahwa terdapat persamaan dari hasil putusan pengadilan yang menyatakan tidak ada persamaan produk dengan hasil kuesioner yang menjawab bahwa BANADOZ dan BENATOZ merupakan produk yang berbeda serta tidak memiliki kesamaan.</p>	<p>Maka dari itu perlu dikhawatirkan para konsumen akan salah membeli produk antara SENSI CONVEX MASK dan CONVEX MASK. Konsumen yang sering membeli SENSI CONVEX MASK, namun tidak mengetahui perbedaan dengan CONVEX MASK dan langsung membeli saja, maka akan sangat merugikan konsumen yang sudah terbiasa dan nyaman menggunakan produk dari SENSI CONVEX MASK. Dapat disimpulkan bahwa terdapat persamaan dari hasil putusan pengadilan yang menyatakan terdapat persamaan produk SENSI CONVEX MASK dan CONVEX MASK dengan hasil kuesioner yang menjawab bahwa SENSI CONVEX MASK dan CONVEX MASK merupakan produk yang memiliki kesamaan dan sulit untuk dibedakan.</p>
--	--	--

Tabel 4.6

Berdasarkan Tabel 4.11 dapat diketahui terdapat persamaan dari hasil putusan pengadilan yang menyatakan tidak ada persamaan produk dengan hasil kuesioner yang menjawab bahwa BANADOZ dan BENATOZ merupakan produk yang berbeda serta tidak memiliki kesamaan. Selain itu juga terdapat dari hasil putusan pengadilan yang menyatakan terdapat

persamaan produk SENSI CONVEX MASK dan CONVEX MASK dengan hasil kuesioner yang menjawab bahwa SENSI CONVEX MASK dan CONVEX MASK merupakan produk yang memiliki kesamaan dan sulit untuk dibedakan.

1. Unsur Persamaan Pada Pokoknya Pada Merek Banadoz vs Benatoz dan Merek Sensi Convex Mask vs Convex Mask

Putusan Pengadilan	Kueisoner
<p>Persamaan pada pokoknya antara merek "BENATOZ" dan "BANADOZ" tidak benar. Dalam memori kasasinya, Pemohon Kasasi mengungkapkan beberapa alasan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bunyi Pengucapan: Menurut Pemohon Kasasi, alasan <i>Judex Facti</i> yang menyebutkan adanya perbedaan bunyi antara kedua merek tersebut tidak tepat. Penggugat menekankan bahwa meskipun ada perbedaan huruf A dan D pada "BANADOZ" dan huruf E dan T pada "BENATOZ," tetapi pengucapan merek "BENATOZ" masih memiliki persamaan dengan "BANADOZ," terutama pada huruf T yang menyerupai pengucapan huruf D pada "BANADOZ." 2. Bentuk Penulisan: Pemohon Kasasi membantah bahwa bentuk penulisan yang menjadi dasar putusan <i>Judex Facti</i>, seperti huruf yang tegak berdiri 	<p>Berdasarkan hasil kuesioner, banyak responden memperhatikan akan perbedaan kedua produk obat yang memiliki pelafalan hampir sama. Sebagai konsumen harus cerdas dan rajin mencari informasi terkait suatu produk yang akan dikonsumsi, mereka berhak mendapatkan obat yang sesuai dengan gejala dan fungsi obat tersebut. Kedua produk ini mempunyai pelafalan yang hampir sama dan mirip dalam penyebutannya yaitu BANADOZ dan BENATOZ. Kedua merek tersebut sangat berbeda, penekanan perbedaan dari kedua merek tersebut adalah terkait dengan huruf "A dan D" serta "E dan T". Jadi para responden dapat membedakan 2 produk tersebut.</p>

<p>atau miring ke kanan, tidak dapat dijadikan pertimbangan untuk menentukan persamaan atau perbedaan antara kedua merek.</p> <p>3. Jenis Barang Yang Dimintakan Perlindungan: Pemohon Kasasi mengkritik alasan Judex Facti yang menyebutkan perbedaan jenis barang yang dilindungi oleh kedua merek. Penggugat menegaskan bahwa keduanya melindungi barang sejenis, yaitu hasil- hasil farmasi dan obat-obatan.</p>	
--	--

Berdasarkan Tabel 4.12 dapat diketahui tidak benar terdapat unsur Persamaan pada pokoknya antara merek "BENATOZ" dan "BANADOZ" Perbedaan jenis barang yang dilindungi oleh kedua merek. Penggugat menegaskan bahwa keduanya melindungi barang sejenis, yaitu hasil-hasil farmasi dan obat-obatan. Sedangkan berdasarkan hasil kuesioner, banyak responden memperhatikan akan perbedaan kedua produk obat yang memiliki pelafalan hampir sama. Jumlah responden yang mudah membedakan dan berpendapat bahwa nama merek produk BANADOZ dan BENATOZ tidak memiliki kesamaan ada sebanyak 15 responden (75%), sedangkan hanya 5 responden (25%) yang menjawab produk BANADOZ dan BENATOZ memiliki kesamaan dan sulit dibedakan.

2. Unsur Persamaan pada Pokoknya pada Merek Sensi Convex Mask vs Convex Mask

Putusan Pengadilan	Kueisoner
---------------------------	------------------

<p>1. Yurisprudensi Mahkamah Agung RI No: 279 PK/1992 menjelaskan bahwa persamaan pada pokoknya melibatkan bentuk, komposisi, kombinasi, elemen, bunyi ucapan, dan penampilan. Berdasarkan Pasal 21 ayat (1) dan Yurisprudensi tersebut, perbandingan antara merek dilakukan dengan melihat visual persamaan dan perbedaan, memperhatikan ciri penting dan kesan kemiripan. Penggugat memaparkan bukti sertifikat merek CONVEX dan SENSI CONVEX, serta database Direktorat Merek dan Indikasi Geografis dengan nomor IDM000953200, menunjukkan pendaftaran lebih dulu.</p> <p>2. Bukti-bukti tersebut menunjukkan bahwa merek CONVEX dan SENSI CONVEX milik Penggugat telah terdaftar lebih dahulu. Majelis Hakim berpendapat bahwa merek CONVEX MASK milik Tergugat memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek Penggugat, terutama unsur dominan berupa kata "CONVEX". Hal ini dapat menyesatkan konsumen dan, karena pendaftaran lebih dulu</p>	<p>Berdasarkan hasil kuesioner, banyak responden memperhatikan akan kesamaan dua masker yang memiliki nama hampir sama. Sebagai konsumen harus cerdas dan mengetahui produk mana yang biasa mereka gunakan, jangan sampai salah membeli produk. Kedua produk ini mempunyai pelafalan yang sama dan mirip dalam segi kata yaitu SENSI CONVEX MASK dan CONVEX MASK SENSI CONVEX MASK adalah jenis masker medis yang bertujuan untuk perlindungan antibakterial dan sudah terkenal serta dimintai oleh Masyarakat luas dengan "brand <i>image</i>" yang memiliki kata "CONVEX". Sedangkan CONVEX MASK juga merupakan masker bedah/medis yang digunakan tubuh untuk melindungi infeksi virus.</p> <p>Hasil kuesioner menunjukkan bahwa jumlah responden yang mengetahui nama produk seni convex max ada sebanyak 5 responden (25%), yang di mana para responden beragam memberi jawabannya mulai dari convex mask 4 dan masker. Tetapi terdapat 1 orang responden yang menjawab seni KN-94 sebagai produk convex mask, padahal produk tersebut merupakan produk dari seni convex mask. Hal ini yang akan menyebabkan para masyarakat awal bingung dan tidak bisa membedakan kedua produk yang memiliki harga sama dan jenis barang</p>
--	--

<p>oleh Penggugat, menyebabkan pembatalan merek CONVEX MASK milik Tergugat. Selain itu, Penggugat dapat membuktikan penjualan dan promosi produknya.</p>	<p>yang sama. Sedangkan 14 responden (70%) belum mengetahui nama produk dri convex mask.</p>
--	--

Berdasarkan Tabel 4.13 dapat diketahui bahwa bukti-bukti menunjukkan merek CONVEX dan SENSI CONVEX milik Penggugat telah terdaftar lebih dahulu. Majelis Hakim berpendapat bahwa merek CONVEX MASK milik Tergugat memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek Penggugat, terutama unsur dominan berupa kata "CONVEX". Hal ini dapat menyesatkan konsumen dan, karena pendaftaran lebih dulu oleh Penggugat, menyebabkan pembatalan merek CONVEX MASK milik Tergugat. Sedangkan berdasarkan hasil kuesioner, banyak responden memperhatikan akan kesamaan dua masker yang memiliki nama hampir sama. Sebagai konsumen harus cerdas dan mengetahui produk mana yang biasa mereka gunakan, jangan sampai salah membeli produk. Jumlah responden yang mudah membedakan dan berpendapat bahwa nama merek produk CONVEX dan SENSI CONVEX memiliki kesamaan ada sebanyak 12 responden (60%), sedangkan hanya 8 responden (40%) yang menjawab produk SENSI CONVEX MASK dan CONVEX MASK tidak memiliki kesamaan dan sulit dibedakan.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian sebagaimana yang disampaikan pada sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Bahwa pada dasarnya kesamaan produk itu adalah nyata adanya dan ada disekitar kehidupan kita. Oleh karenanya setiap individu masyarakat harus waspada dan teliti memilih produk di pasaran. Banyak modus operandi dilakukan oleh para pelaku dan sindikat untuk menggunakan nama produk yang telah terkenal demi keuntungan pribadi. Sedangkan kompetitor tidak dapat mengambil keuntungan yang tidak pantas dari citra merek yang telah mereka bangun dengan susah payah. Perselisihan ini menjadi sarana untuk menjaga integritas dan daya saing di dalam pasar, sekaligus membantu menciptakan lingkungan bisnis yang adil dan sehat, tetapi tidak menutup kemungkinan ada indikasi lain. Kita bisa melihat para pelaku kesamaan produk terus dilakukan penarikan pembatalan merek produk dan membayar biaya perkara, namun kesamaan nama produk terus saja terjadi dengan berbagai modus operandi baru.

Akibat hukum dalam perkara sengketa merek BANADOZ vs BENATOZ hakim menghukum pemohon kasasi untuk membayar biaya perkara dalam tingkat kasasi sebesar Rp5.000.000,00 (lima juta rupiah). Sedangkan akibat hukum untuk permasalahan sengketa merek SENSI CONVEX vs merek CONVEX MASK, hakim menetapkan kewajiban bagi Tergugat untuk membayar biaya perkara ini sebesar Rp. 6.190.000,- (Enam juta seratus sembilan puluh ribu Rupiah).

Perlindungan hukum atas merek dagang atau hak merek dagang dapat digunakan untuk menyelesaikan sengketa merek dagang. Perlindungan hukum terhadap merek dagang akan memberikan kepercayaan komersial dan kepastian hukum atas merek dagang terdaftar, karena merupakan hak eksklusif yang diberikan oleh Negara kepada pemilik merek dagang terdaftar dalam daftar merek dagang. Baik untuk penggunaan yang lebih lama, pengalihan, dan berfungsi sebagai bukti jika merek dagang terdaftar dilanggar dalam masalah hukum. Penyelesaian perselisihan atas pelanggaran merek dapat dilakukan melalui gugatan yang diajukan oleh pemilik merek terdaftar dan penerima lisensi terhadap pihak ketiga yang tidak berwenang menggunakan merek yang pada

pokoknya mempunyai persamaan pada pokoknya dengan merek miliknya untuk barang dan/atau jasa yang sejenis. Gugatan tersebut dapat berupa tuntutan ganti rugi atau penghentian segala tindakan yang berkaitan dengan penggunaan merek tersebut. Berdasarkan keputusan pengadilan, pemilik merek dagang terkenal juga dapat mengajukan gugatan. Jika produk diklaim dari tergugat karena menggunakan merek tanpa izin, hakim memiliki wewenang untuk memerintahkan pengirimannya atau untuk menentukan nilai barang, yang akan dilakukan setelah keputusan pengadilan dijatuhkan dan berkekuatan hukum tetap.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ali Achmad Chomzah, *Seri Hukum Pertanahan III Penyelesaian Sengketa Hak Atas Tanah dan Seri Hukum Pertanahan IV Pengadaan Tanah Instansi Pemerintah*, (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2003),
- Anis, Mashdurohatun. 2013. *Hak Kekayaan Intelektual (HKI) Dalam Perspektif Sejarah Di Indonesia*. Semarang
- Ahmad Miru, *Hukum Merek: Cara Mudah Mempelajari Undang-Undang Merek*, PT RajaGrafindo Persada: Jakarta, 2005
- Aibak Kutbuddin, *Metodelogi Pembaharuan Hukum Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008),
- Abdulrasyid Priyatna, *Arbitrase Dan Alternatif Penyelesaian Sengketa*, (Jakarta: Fikahati Aneska, 2002)
- Bambang, Sunggono. 2006. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Usman Rachmadi. 2003. *Pilihan Penyelesaian Sengketa di Luar Pengadilan*. Bandung: PT.Mitra Aditya Bakti
- B. Santoso & A D. Prasomya. (2022). *Tinjauan Yuridis Pembatalan Merek Dagang Terkait Prinsip Itikad Baik Dalam Sistem Pendaftaran Merek*. *Notarius*, 15(2), 660-675.
- Direktorat Hak Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia. 2013. *Buku-Buku Panduan Hak Kekayaan Intelektual*
- Djaja Ermansyah, *Hak Kekayaan Intelektual*, PT Sinar Grafika: Jakarta, 2009
- Djubaidillah. R & Djumhana Muhammad, 1993, *Hak Milik Intelektual*, Bandung: PT.Citra Aditya Bakti
- Fitriani Rini, S.H., M.H, 2015. *Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa di Luar Pengadilan*, Yogyakarta
- Gautama Sudargo, *Hukum Merek Indonesia*, PT Citra Aditya Bakti: Bandung, 1989
- Harahap Yahya. M. 1996, *Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang Nomor. 19 Tahun 1992*,

- Bandung: Citra Aditya Bakti
- Hadimulyo, "Mempertimbangkan ADR, Kajian Alternatif Penyelesaian Sengketa di Luar Pengadilan" ELSAM : Jakarta. 1997
- Harjowidigoro Rooseno, *Mengenal Hak Cipta Indonesia Beserta Peraturan Pelaksanaannya*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 2000
- Jened Rahmi, 2015, *Hukum Merk Trademark Law DALAM Era Global Integrasi Ekonomi*, Jakarta: Prenada Media Group
- Khoirul Hidayah. 2017. *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*
- Konoras Abdurrahman, S.H., M.H, 2017. *Aspek Hukum Penyelesaian Sengketa Secara Mediasi di Pengadilan*, Depok.
- Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, Modul Kekayaan Intelektual Hak Cipta (2020),
- Lubis Efridani, 2023. *Hak Kekayaan Intelektual Pada Era Revolusi Industri 4.0-5.0*
- Margono Suyud, 2000, *Alternative Dispute Resolution dan Arbitrase*, Jakarta, Ghalia Indonesia
- M, Nadhofati. (2023). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND TRUST DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MASKER SENSI CONVEX 4PLY* (Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa).
- Mahmud Peter, Marzuki., 2022. *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana
- Rissy Wilben Yosafet Yafet, *Memahami Rezim Kekayaan Intelektual Internasional dan Indonesia* (Cetakan Pertama, Griya Media 2020),
- Suyud, Margono. 2000. *Alternative Dispute dan Arbitrase*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Rahaditya, R., Goldwen, F., Fernandha, R. D., Octavia, C., Aryadi, A. M., & Rahmasari, L. (2023). *TINJAUAN YURIDIS HAK ATAS MEREK SEBAGAI HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL*. *Jurnal Sosial Humaniora Sigli*, 6(2), 747-760.
- Syah Iskandar Mudakir, S.H., M.H, 2016. *Penyelesaian Sengketa di Luar Pengadilan Via Arbitrase Dilengkapi Undang-Undang No. 30 Tahun 1999 Tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa*, Yogyakarta
- Sally Sitanggang Sally & Munandar Haris, 2008, *Mengenai Hak Kekayaan Intelektual Hak Cipta, Paten, Merk dan Seluk-beluknya*, Jakarta: Erlangga
- Salim, *Hukum Penyelesaian Sengketa Lahandi Indonesia*, (Mataram: Pustaka Reka Cipta, 2012)
- Sofian, *Perbedaan Konflik dan Sengketa*, (Jakarta: Pustaka Media, 2015),
- S, Mahmudah & N. A, Rahma. (2023). *Tinjauan Yuridis Kasus Persamaan Merek Poskota dan Poskotaco (Studi Kasus Putusan No. 39/Pdt. Sus-Merek/2022/PN Niaga Jkt. Pst)*. *AL-MANHAJ: Jurnal Hukum dan Pranata Sosial Islam*, 5(1), 567-578.
- Usman Rachmadi, 2003, *Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual*, Bandung: PT. Alumni

Usman Rachmadi, 2003, *Pilihan Penyelesaian Sengketa di Luar Pengadilan*, Bandung, PT itra Aditya Bakti, hlm 1.

Yulianti, *Penyelesaian Sengketa Perdata*, (Bandung: Darma Media, 2011),

Y, Lego & A. D, Qiana. (2021). *Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian masker Sensi di Tangerang*. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(3), 649-660.

Jurnal

Kamila, "THE IMPORTANCE OF BRAND REGISTRATION TO OBTAIN LEGAL PROTECTION OF BRANDS," vol. 4, 2020.

Keadilan menurut Hukum Acara Perdata di Indonesia' (1981), 11 (5), *Jurnal Hukum dan Pembangunan*

Rayhan Syah Wahyu Wijaya, *Faktor-Faktor Penyebab Tingginya Sengketa Merek di Jakarta Pusat dan Upaya Untuk Mencegah Terjadinya Sengketa Merek di Indonesia* Iskandar Oeripkartawinata, 'Upaya-Upaya Hukum yang dapat digunakan oleh Pencari

Sumarto, "Penanganan dan Penyelesaian Konflik Pertanahan dengan Prinsip Win-Win Solution oleh Badan Pertanahan nasional RI" Disampaikan pada Diklat Direktorat Konflik Pertanahan Kemendagri RI tanggal 19 September, 2012

Peraturan Perundang-Undangan

Kitab Undang Undang Hukum Pidana;

Undang-Undang Nomor. 15 Tahun 2001 tentang Merek

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

Undang-Undang Nomor. 19 Tahun 1992 yang diubah dengan Undang-Undang Nomor. 14 Tahun 1997 tentang Merek

Putusan Nomor 34/Pdt.Sus-Merek/2014/PN.Jkt.Pst

Putusan Nomor : 65/Pdt.Sus-Merek/2022/PN.NIaga.Jkt.Pst.

Website

<https://www.hukumonline.com/klinik/a/arti-persamaan-pada-pokoknya-dalam-uu-%20merek-dan-indikasi-geografis-lt560aad4d30945>.

Admin, Pendaftaran Merek, <http://disperindag-jabar.go.id/cetak.php?id=4192>. Diakses 16 November 2023

Andi Saputra. (2016). Sengketa Merk Putusan MA antara Pt Santoz dan Benadoz. https://news.detik.com/berita/d-3282211/sengketa_merek-maputusan-benatoz-tidak-mirip-banadoz . Diakses 15 November 2023

LinkedIn (2023). Profil Pt Sandoz. <https://id.linkedin.com/in/sandoz-indonesia-b4a5b025>. Diakses pada 16 November 2023

Mahkamah Agung (MA). (2016). Putusan Gugutan Merek Dagang. <https://putusan3.mahkamahagung.go.id/direktori/index/kategori/merek.html>. Diakses 29 Oktober 2023

Mahkamah Agung. (2020). Putusan Dalam Merek Dagang Tahun 2020. <https://putusan3.mahkamahagung.go.id/search.html?q=%22Persamaan%20bunyi%20ucapan%22>. Diakses 29 Oktober 2023.