ANALISIS PERTIMBANGAN HAKIM ATAS "PERSAMAAN PADA POKOKNYA" DALAM KASUS GUGATAN GANTI RUGI MEREK "STRONG" PERSPEKTIF PERMENKUMHAM NO. 12 TAHUN 2021 DAN HUKUM ISLAM

(Studi Putusan Nomor 30/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst.)

SKRIPSI

OLEH :

MUHAMMAD ARIF RIZALDI

NIM 17220167



PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2021

ANALISIS PERTIMBANGAN HAKIM ATAS "PERSAMAAN PADA POKOKNYA" DALAM KASUS GUGATAN GANTI RUGI MEREK "STRONG" PERSPEKTIF PERMENKUMHAM NO. 12 TAHUN 2021 DAN HUKUM ISLAM

(Studi Putusan Nomor 30/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst.)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Strata Satu Sarjana Hukum (S.H.)

Oleh :

Muhammad Arif Rizaldi

NIM 17220167

PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH

UNIVERSITAS ISLAM NEGER

MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2021

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Demi Allah,

Dengan kesadaran dan rasa tanggung jawab terhadap pengembangan keilmuan, Penulis menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

"ANALISIS PERTIMBANGAN HAKIM ATAS "PERSAMAAN PADA POKOKNYA" DALAM KASUS GUGATAN GANTI RUGI MEREK "STRONG" PERSPEKTIF PERMENKUMHAM NO. 12 TAHUN 2021 DAN HUKUM ISLAM (Studi Putusan Nomor 30/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga. Jkt.Pst.)"

Benar-benar merupakan skripsi yang disusun sendiri berdasarkan kaidah penulisan karya ilmiah yang dapat dipertanggungjawabkan. Jika dikemudian hari laporan penelitian skripsi ini merupakan hasil plagiasi karya orang lain baik sebagian maupun keseluruhan, maka skripsi sebagai prasyarat mendapat predikat gelar sarjana dinyatakan batal demi hukum.

Malang, 10 Oktober 2021

Penulis,



Muhammad Arif Rizaldi

NIM 17220167

HALAMAN PERSETUJUAN

Setelah membaca dan mengoreksi skripsi saudara Muhammad Arif Rizaldi NIM 17220167 Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Mu'amalah) Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul :

ANALISIS PERTIMBANGAN HAKIM ATAS "PERSAMAAN PADA POKOKNYA" DALAM KASUS GUGATAN GANTI RUGI MEREK "STRONG" PERSPEKTIF PERMENKUMHAM NO. 12 TAHUN 2021 DAN HUKUM ISLAM (Studi Putusan Nomor 30/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga. Jkt.Pst.)

Maka pembimbing menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah untuk diajukan dan diuji oleh Majelis Dewan Penguji.

Malang, 10 Oktober 2021

Mengetahui,	Mengetahui,
Ketua Program Studi	Dosen Pembimbing Skripsi
Hukum Ekonomi Syariah	
Dr. Fakhrudin, M.HI.	**Dr. Khoirul Hidayah, S.H., M.H.**
NIP 197408192000031002	**NIP 197805242009122003**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS SYARI'AH
Jl. Gajayana No. 50, Kota Malang. Kode Pos 65144
Website: www.syariah.uin.malang,ac.id Telp. (0341) 551354

BUKTI KONSULTASI

Nama	:	Muhammad Arif Rizaldi
NIM	:	17220167
Program Studi	:	Hukum Ekonomi Syariah (Mu'amalah)
Dosen Pembimbing	:	Dr. Khoirul Hidayah, S.H., M.H.
Judul Skripsi	:	**ANALISIS PERTIMBANGAN HAKIM ATAS "PERSAMAAN PADA POKOKNYA" DALAM KASUS GUGATAN GANTI RUGI MEREK "STRONG" PERSPEKTIF PERMENKUMHAM NO. 12 TAHUN 2021 DAN HUKUM ISLAM (Studi Putusan Nomor 30/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst.)**

No.	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf
1.	Rabu, 31 Maret 2021	Konsultasi Proposal Skripsi	
2.	Kamis, 1 April 2021	ACC proposal skripsi untuk seminar proposal	
3.	Selasa, 4 Mei 2021	Konsultasi mekanisme ujian seminar proposal	
4.	Kamis, 22 Juli 2021	Revisi proposal skripsi hasil seminar proposal	
5.	Kamis, 12 Agustus 2021	Konsultasi hasil revisi proposal skripsi	
6.	Jum'at, 13 Agustus 2021	ACC proposal skripsi dan kemudian melanjutkan menyusun skripsi	
7.	Kamis, 23 September 2021	Bimbingan BAB I, II, III, IV	
8.	Kamis, 30 September 2021	Revisi (1) Hasil Pengerjaan BAB I, II, III, IV	
9.	Rabu, 6 Oktober 2021	Revisi (2) Hasil Pengerjaan BAB I, II, III, IV	
10.	Jum'at, 8 Oktober 2021	ACC Skripsi	

Malang, 29 November 2021
Mengetahui,
Ketua Program Studi
Hukum Ekonomi Syariah

Dr. Fakhrudin M.HI.
NIP. 197408192000031002

PENGESAHAN SKRIPSI

Dewan Penguji Skripsi saudara Muhammad Arif Rizaldi, NIM 17220167, Mahasiswa program studi Hukum Ekonomi Syariah (Mu'amalah) Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul :

ANALISIS PERTIMBANGAN HAKIM ATAS "PERSAMAAN PADA POKOKNYA" DALAM KASUS GUGATAN GANTI RUGI MEREK "STRONG" PERSPEKTIF PERMENKUMHAM NO. 12 TAHUN 2021 DAN HUKUM ISLAM (Studi Putusan Nomor 30/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga. Jkt.Pst.)

Telah dinyatakan lulus dengan nilai A (85)

Dengan Penguji :

1. Dwi Fidhayanti, S.HI., M.H. **(_____)**

NIP 199103132019032036 **Ketua**

2. Dr. Khoirul Hidayah, SH., M.H. **(_____)**

NIP 197805242009122003 **Sekretaris**

3. Dr. Suwandi, M.H. **(_____)**

NIP 196104152000031001 **Penguji Utama**

PENGESAHAN SKRIPSI

Dewan Penguji Skripsi saudara/i MUHAMMAD ARIF RIZALDI, NIM 17220167, mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan Judul:

ANALISIS PERTIMBANGAN HAKIM ATAS "PERSAMAAN PADA POKOKNYA" DALAM KASUS GUGATAN GANTI RUGI MEREK "STRONG" PERSPEKTIF PERMENKUMHAM NO. 12 TAHUN 2021 DAN HUKUM ISLAM (Studi Putusan Nomor 30/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst.)

Telah dinyatakan lulus dengan nilai: A

Dekan,

Malang, 22 November 2021

Dr. Sudirman, M.A.
NIP. 197708222005011003

Scan Untuk Verifikasi

MOTTO

ความคิดสร้างสรรค์เกิดขึ้นบ่อยครั้งเมื่อเราไม่มีทางเลือกมากมาย.

(*khwām khid sr̂āngs̄rrkh̀ keid k̄hụ̂n b̀xy khrậng meụ̀x reā mị̀mī thāng leụ̄xk mākmāy*)

“kreatifitas sering muncul di saat kita tidak memiliki banyak pilihan”

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيم

Al-hamdu lillahi rabbil 'alamin, puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat kelulusan dengan gelar S-1 (strata satu) Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Mu'amalah) Fakultas Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang berjudul **ANALISIS PERTIMBANGAN HAKIM ATAS "PERSAMAAN PADA POKOKNYA" DALAM KASUS GUGATAN GANTI RUGI MEREK "STRONG" PERSPEKTIF PERMENKUMHAM NO. 12 TAHUN 2021 DAN HUKUM ISLAM (Studi Putusan Nomor 30/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga. Jkt.Pst.)** dengan baik.

Dalam penulisan skripsi ini telah ada banyak pihak yang telah membantu baik secara materil maupun immateril, oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Zainuddin, MA., selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. Sudirman, M.A., selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang .
3. Bapak Dr. Fakhrudin, M.HI., selaku Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Mu'amalah) Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.

4. Ibu Dr. Khoirul Hidayah, S.H., M.H., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan banyak waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis sebagaimana mestinya untuk penulisan skripsi ini serta memberikan motivasi selama penulisan skripsi ini.
5. Ibu Dwi Fidhayanti, S.HI., M.H., selaku dosen wali penulis selama menempuh pendidikan di Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Mu'amalah) yang telah membantu melancarkan studi penulis dan selalu memberikan motivasinya selama pelaksanaan perwalian setiap semester.
6. Bapak dan Ibu dosen penguji skripsi pada ujian skripsi penulis yang telah memberikan kritik, saran, ataupun masukan dalam hal metode kepenulisan hingga materi skripsi penulis selama proses pelaksanaan ujian skripsi yang mana kesemuanya itu adalah demi kesempurnaan skripsi penulis.
7. Segenap Bapak dan Ibu dosen pengampu mata kuliah selama penulis menempuh perkuliahan di program studi Hukum Ekonomi Syariah (Mu'amalah) Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah memberikan pelajaran, pendidikan, bimbingan serta mengamalkan ilmunya dengan sangat baik, semoga Allah SWT memberikan imbalan yang sepadan kepada beliau semua.
8. Segenap staff dan juga karyawan yang bertugas di program studi Hukum Ekonomi Syariah (Mu'amalah) Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
9. Untuk Ibu tercinta, Ibu Asriningsih, yang telah mengingatkan, memberikan dukungan penuh secara moral maupun materi, do'a yang tak pernah putus,

serta kasih sayang yang berlimpah, selama penulis dalam pengerjaan skripsi ini, serta alm. Bapak Yoga Winaryanto selaku Bapak kandung dari Penulis semoga beliau tenang di alam sana, diampuni segala dosanya, dan kelak akan diberikan surga oleh Allah SWT, aamiin.

10. Untuk semua pihak keluarga yang telah membantu penulis baik dalam segi materiil maupun non materiil selama dalam proses perkuliahan di program studi Hukum Ekonomi Syariah (Mu'amalah) Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, Pakde Tito Ariwibowo, Pakde Suminto, Almh. Bude Isnardiyanti, Bude Edi, Bude Ismiyah, Pakde Shodiq, Tante Winarti, dan keluarga besar penulis yang lain yang telah berkontribusi dan tidak bisa disebutkan satu persatu, semoga Allah SWT memberikan imbalan yang sepadan kepada beliau semua, kesehatan serta rejeki yang melimpah, aamiin.
11. Untuk sahabat, teman, serta kolega, keluarga besar mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Mu'amalah) angkatan 2017 khususnya dari geng baku hantam, Jeffry, Kamili, Zenal, Saipul Arip, Boges; juga teman *hunting*, Ucup dan Chan; Juga kolega kosan seperjuangan Ocid dan Jinan; Tak lupa juga, para sahabat penulis dari geng "HEE" dan "ASTAGA" yang antara lain Izzah, Upay, Vivil, Puteri dan juga anggota lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terimakasih telah memberikan banyak kenangan, pengalaman, drama, dan motivasi kepada penulis selama menempuh kuliah. Semoga tali persaudaraan tetap terjalin.

12. Tak lupa juga, kawan-kawan FOSIL ALAM khususnya angkatan XII yang menempuh perkuliahan di malang dan menemani hari-hari penulis, lebih khusus lagi kepada manusia pribumi club, Fahmi, Bod, Ninis dan Tipul, semoga persahabatan tetap terjaga.
13. Untuk teman-teman satu kelompok Praktik Kerja Lapangan (PKL) tahun 2020 di Pengadilan Negeri Mojokerto, Elvin, Wildan, Arozak, Ghopung, Nabila, Alda, Miftah Army, Sayyidah, Novi, Aem, Nada, Mia, Ani, beserta bapak dan ibu hakim dan staff lainnya yang sudah memberikan arahan, ilmu, serta pengalaman selama Praktik Kerja Lapangan (PKL) berlangsung, semoga silaturahmi tetap terjaga;
14. Juga untuk Bapak Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) dan teman-teman satu kelompok selama KKN 2020 di desa Panggungerjo Kecamatan Gondang Legi Kabupaten Malang, Wachid, Iqbal, Mail, Ja'far, Dinda, Fihal, Hesti, Romlah, Qonita, Fitria, Cindy, Zahroh, Ziya, Zaid beserta para warga desanya yang sangat baik dan ramah selama kegiatan berlangsung, semoga tali silaturahmi selalu terjaga;
15. Tak lupa kanda dan yunda dari Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) Komisariat Syariah-Ekonomi UIN Malang yang sudah memberikan ilmu, wadah berorganisasi, serta pengalaman selama penulis menjadi mahasiswa di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
16. Segenap teman-teman dari Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Tae-Kwon-Do, kawan-kawan pengurus Himpunan Mahasiswa Program Studi (HMPS) HES Periode 2019 – 2020, dan juga anggota organisasi daerah Ikatan Mahasiswa

Mojopahit (IMAM) yang juga telah memberikan ilmu, wadah berorganisasi, serta pengalaman selama penulis menjadi mahasiswa di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

17. Seluruh pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak disebut oleh penulis baik itu sengaja maupun tidak disengaja.

Semoga apa yang telah penulis peroleh selama proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dapat menjadi manfaat bagi orang banyak dan dapat membantu perkembangan keilmuan di masa yang akan datang. Maka dengan segenap hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari seluruh pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Malang, 10 Oktober 2021
Penyusun Skripsi

,

Muhammad Arif Rizaldi
NIM 17220167

PEDOMAN TRANSLITERASI

A. Umum

Transliterasi adalah pemindah alihan tulisan Arab ke dalam tulisan Indonesia (latin), bukan terjemah bahasa Arab ke dalam bahasa Indonesia. termasuk dalam kategori ini ialah nama Arab dari bangsa Araba, sedangkan nama Arab dari bangsa Arab ditulis sebagaimana ejaan bahasa nasionalnya, atau sebagaimana yang tertulis dalam buku yang menjadi rujukan. Penulisan judul buku dalam *gootnote* maupun daftar pustaka, tetap menggunakan ketentuan transliterasi.

Transliterasi yang digunakan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang menggunakan EYD plus, yaitu transliterasi yang didasarkan atas Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Agama Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, 22 Januari 1998, No. 159/1987 dan 0543.b/U/1987, sebagaimana tertera dalam buku Pedoman Transliterasi bahasa Arab *(A Guidge Arabic Transliteration)*, INIS Fellow 1992. Dalam penelitian ini, terdapat beberapa istilah atau kalimat yang berasal dari bahasa arab, namun ditulis dalam bahasa latin. Adapun penulisannya berdasarkan kaidah berikut :

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṡa	Ṡ	Es (dengan titik di atas)
ج	Ja	J	Je
ح	Ḥa	Ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Żal	Ż	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Za	Z	Zet
س	Sa	S	Es
ش	Sya	SY	Es dan Ye
ص	Ṣa	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍat	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)

ظ	Ẓa	Ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	‘	Apostrof Terbalik
غ	Ga	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qa	Q	Qi
ك	Ka	K	Ka
ل	La	L	El
م	Ma	M	Em
ن	Na	N	En
و	Wa	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika hamzah (ء) terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (’).

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vocal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong. Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut :

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	Fatḥah	A	A
اِ	Kasrah	I	I
اُ	Ḍammah	U	U

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَيْ	Fatḥah dan ya	Ai	A dan I
اَوْ	Fatḥah dan wau	Iu	A dan U

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوْلَ : *haula*

3. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu :

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ ىَ	Fatḥah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
اِ ي	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
اُ و	Ḍammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh :

مَاتَ : *māta*

رَمَى : *ramā*

قِيْلَ : *qīla*

يَمُوْتُ : *yamūtu*

4. *Ta Marbūṭah*

Transliterasi untuk *ta marbūṭah* ada dua, yaitu: *ta marbūṭah* yang hidup atau mendapat harkat *fatḥah*, *kasrah*, dan *ḍammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan ta *marbūṭah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta marbūṭah* diikuti oleh kata

yang menggunakan kata sandang al- serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta *marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan ha (h). Contoh:

رَوْضَةُ الأَطْفَال : *rauḍah al-aṭfāl*

المَدِيْنَةُ الفَضِيْلَةُ : *al-madīnah al-fāḍīlah*

الحِكْمِةُ : *al-ḥikmah*

5. *Syaddah* (*Tasydīd*)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*. Contoh:

رَبَّنَا : *rabbanā*

نَجَّيْنَا : *najjainā*

الحَقُّ : *al-ḥaqq*

الحَجُّ : *al-ḥajj*

نُعِّمَ : *nu''ima*

عَدُوٌّ : *'aduwwun*

Jika huruf ى ber- *tasydīd* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf berharkat kasrah (ِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* (ī). Contoh:

عَلِيّ : *'Alī* (bukan *'Aliyy* atau *'Aly*)

عَرَبِيّ : *‘Arabī* (bukan *‘Arabiyy* atau *‘Araby*)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال (alif lam ma‘arifah). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf syamsiah maupun huruf qamariah. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-). Contohnya:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَة : *al-zalzalah* (bukan *az-zalzalah*)

الفَلْسَفَة : *al-falsafah*

البِلاَدُ : *al-bilādu*

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (’) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif. Contohnya:

تَأْمُرُوْنَ : *ta’murūna*

النَّوءُ : *al-nau’*

شَيْءٌ : *syai'un*

أُمِرْتُ : *umirtu*

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istil ah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata Alquran (dari *al-Qur'ān*), sunnah, hadis, khusus dan umum. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Fī ẓilāl al-Qur'ān

Al-Sunnah qabl al-tadwīn

Al-'Ibārāt Fī 'Umūm al-Lafẓ lā bi khuṣūṣ al-sabab

9. *Lafẓ al-Jalālah* (الله)

Kata "Allah" yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *muḍāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh :

دِيْنُ اللهِ : *dīnullāh*

Adapun *ta marbūṭah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafẓ al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh :

هُمْ فِيْ رَحْمَةِ اللهِ : *hum fī raḥmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital *(All Caps)*, dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

Wa mā Muḥammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wuḍi'a linnāsi lallażī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramaḍān al-lażī unzila fīh al-Qur'ān

Naṣīr al-Dīn al-Ṭūs

Abū Naṣr al-Farābī

Al-Gazālī

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI …… ii

HALAMAN PERSETUJUAN ……..... iii

BUKTI KONSULTASI ……... iv

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI ……..... v

MOTTO …… vii

KATA PENGANTAR …… viii

PEDOMAN TRANSLITERASI ……... xiii

DAFTAR ISI …….. xxii

DAFTAR TABEL ……... xxv

ABSTRAK ……... xxvi

ABSTRACT ……..... xxvii

ملخص البحث ……..…… xxviii

BAB I : PENDAHULUAN……..……. 1

A. Latar Belakang Masalah ……. 1

B. Rumusan Masalah …….. 11

C. Tujuan Penelitian …… 12

D. Manfaat Penelitian ……. 12

E. Definisi Operasional ……... 13

F. Metode Penelitian ……..….. 18

1. Jenis Penelitian ……..... 18

2. Pendekatan Penelitian ……..… 19

3. Bahan Hukum ……..… 20
4. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum …..……..... 23
5. Analisis Bahan Hukum …..……...…….. 23
G. Penelitian Terdahulu …….. 25
H. Sistematika Pembahasan …… 33
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA …….. 35
A. Konsep Umum tentang Merek …….…….. 35
1. Pengertian Merek ……..….. 35
2. Dasar Hukum Perlindungan Merek ……..….. 36
3. Fungsi Merek ……..... 37
4. Jenis-Jenis Merek ……...…. 38
5. Persyaratan Merek yang dapat Didaftarkan ……..... 39
6. Merek Terkenal (*Well-Known Marks*) ……..….. 41
B. Konsep Umum Gugatan Ganti Rugi atas Pelanggaran Merek Berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis …… 42
1. Penyelesaian Sengketa Gugatan Ganti Rugi atas Pelanggaran Merek ……...……... 42
2. Mekanisme Pengajuan Gugatan Ganti Rugi atas Pelanggaran Merek ……...……... 46
C. Konsep Hak Milik dalam Hukum Islam …… 49
1. Pengertian Hak Milik dalam Islam ……..……... 49
2. Macam-Macam Hak Milik dalam Islam …… 51

3. Nilai Filosofis Pengaturan Kepemilikan dalam Islam …… 55

BAB III : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN …… 57

A. Hasil Penelitian ……. 57

1. Data Putusan Nomor 30/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga. Jkt.Pst …….. 57

B. Pembahasan ……... 62

1. Analisis kesesuaian pertimbangan hakim atas pemaknaan "persamaan pada pokoknya" terhadap merek terkenal "STRONG" dalam Putusan Nomor 30/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst dihubungkan dengan ketentuan Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 12 Tahun 2021 tentang Pendaftaran Merek ……..... 62
2. Analisis hak milik atas merek yang memiliki unsur "persamaan pada pokoknya" dalam Putusan Nomor 33/Pdt.Sus-Merek/2020/ PN.Niaga .Jkt.Pst perspektif konsep hak milik dalam Islam ……. 84

BAB IV : PENUTUP ……..…….. 105

A. Kesimpulan …… 105

B. Saran ……...107

DAFTAR PUSTAKA ……..…… 109

LAMPIRAN 1 ……..…… 119

DAFTAR RIWAYAT HIDUP ……..……. 201

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu ……... 30

Tabel 2. Perbandingan Produk dengan merek "STRONG" milik PT. Unilever Indonesia, Tbk. dengan Hardwood Private Limited ……. 70

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

ABSTRAK

Muhammad Arif Rizaldi, NIM. 17220167, 2021, ***Analisis Pertimbangan Hakim atas "Persamaan pada Pokoknya" dalam kasus Gugatan Ganti Rugi Merek "STRONG" Perspektif Permenkumham No. 12 Tahun 2021 dan Hukum Islam (Studi Putusan Nomor 30/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst.)***. Skripsi, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Pembimbing: Dr. Khoirul Hidayah, S.H., M.H.

Kata Kunci : Merek; Gugatan Ganti Rugi; Persamaan Pada Pokoknya; Hak Milik dalam Islam

Unsur persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya pada merek menjadi komponen penting sebagai indikator penilaian dalam pendaftaran merek sebagaimana diatur dalam Pasal 21 ayat (1) Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis serta Pasal 16 dan 17 Permenkumham No. 12 Tahun 2021 Tentang Pendaftaran Merek. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis putusan hakim dalam kasus gugatan ganti rugi atas merek "STRONG" antara Hardwood Private Limited sebagai penggugat melawan PT. Unilever Indonesia sebagai tergugat dalam putusan nomor 30/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst. Majelis hakim dalam putusannya menyatakan bahwa pasta gigi milik Tergugat yang menggunakan merek "STRONG" adalah serupa dan memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek "STRONG" milik Penggugat. Analisis dilakukan dengan memperhatikan pengaturan yang ada dalam Permenkumham No. 12 Tahun 2021 tentang Pendaftaran Merek dan juga konsep hak milik dalam islam.

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif dengan data penelitian berupa dokumen hukum yaitu Putusan Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat dengan nomor 30/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst. Pendekatan yang dipakai adalah pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual. Adapun bahan hukum dalam penelitian ini yang berupa bahan hukum primer, sekunder, dan tersier dikumpulkan dan dikaji berdasarkan ketentuan yang ada dalam Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2021 Tentang Pendaftaran Merek kemudian diintegrasikan dengan konsep hak milik dalam Islam.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa pertama, merek "STRONG" tersebut seharusnya tidak dapat didaftar berdasarkan Permenkumham No. 12 Tahun 2021 tentang Pendaftaran Merek, khususnya dalam Pasal 16 mengingat kata "STRONG" tersebut dikategorikan sebagai nama umum. Adapun hasil penelitian yang kedua, mengungkapkan bahwa dalam teori konsep hak milik dalam islam, merek "STRONG" juga tidak bisa dimiliki secara individu mengingat kata "STRONG" tersebut dikategorikan sebagai nama umum dan hal ini merupakan bentuk dari kepemilikan umum (*milkiyyah 'amma*). Majelis hakim dinilai kurang cermat dalam memeriksa perkara ini dikarenakan berpatokan pada undang-undang pokok saja, namun tidak memperhatikan yurisprudensi hakim sebelumnya yang juga menangani perkara serupa.

ABSTRACT

Muhammad Arif Rizaldi, NIM. 17220167, 2021, ***Analysis of the Judge's Consideration on "Equality in Essentials" in the case of the "STRONG" Mark Compensation Lawsuit Permenkumham No. 12 of 2021 and Islamic Law (Study of Decision Number 30/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst.).*** Undergraduate Thesis. Department of Sharia Economic Law, Faculty of Sharia, Maulana Malik Ibrahim State Islamic University Malang. Advisor: Dr. Khoirul Hidayah, S.H., M.H.

Keywords: Mark; Claim for Indemnity; Equation In Anyway; Property Rights in Islam

The element of equality in principle or in its entirety on a mark becomes an important component as an indicator of assessment in trademark registration as regulated in Article 21 paragraph (1) of Law No. 20 of 2016 concerning Marks and Geographical Indications and Articles 16 and 17 of the Minister of Law and Human Rights No. 12 of 2021 concerning Trademark Registration. This study aims to analyze the judge's decision in the case of a claim for compensation for the "STRONG" brand between Hardwood Private Limited as the plaintiff against PT. Unilever Indonesia as the defendant in decision number 30/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst. The panel of judges in their decision stated that the Defendant's toothpaste which used the "STRONG" brand was similar and essentially had similarities with the Plaintiff's "STRONG" brand. The analysis was carried out by taking into account the existing regulations in Permenkumham No. 12 of 2021 concerning Trademark Registration and also the concept of property rights in Islam.

This research is a normative legal research with research data in the form of legal documents, namely the Decision of the Commercial Court at the Central Jakarta District Court with number 30/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst. The approach used is a statutory approach and a conceptual approach. The legal materials in this study in the form of primary, secondary, and tertiary legal materials were collected and reviewed based on the provisions contained in the Regulation of the Minister of Law and Human Rights of the Republic of Indonesia Number 12 of 2021 concerning Trademark Registration and then integrated with the concept of property rights in Islam.

The results of the study revealed that first, the “STRONG” brand should not be registered under Permenkumham No. 12 of 2021 concerning Mark Registration, especially in Article 16 considering that the word "STRONG" is categorized as a general name. The results of the second study, reveal that in the theory of the concept of property rights in Islam, the "STRONG" brand also cannot be owned individually considering the word "STRONG" is categorized as a common name and this is a form of general ownership (*milkiyyah 'amma*). The panel of judges was considered less careful in examining this case because it was based on the basic law alone, but did not pay attention to the jurisprudence of previous judges who also handled similar cases.

ملخص البحث

محمد عارف ريزالدي، رقم التسجيل ١٧٢٢٠١٦٧، ٢٠٢١، تحليل اعتبار القاضي بشأن "المساواة في الأساسيات" في قضية دعوى التعويض "STRONG" مرتكز على القاعدة وزير القانون وحقوق الإنسان رقم ١٢ عام ٢٠٢١ والقانون الإسلامي (تحليل البيانات رقم القرار ٣٠/-Pdt.Sus PN.Niaga.Jkt.Pst./٢٠٢٠/Merek) حبث جامعي، قسم الحكم الشريعة الاقتصادية ، كلية الشريعة، جامعة مولانا مالك ابراهيم الإسلامية، مالانج. املشرف: د. خيرالهداية ، الماجستير

الكلمات الرئيسية: العلامة التجارية؛ المطالبة بالتعويض ؛ المعادلة بأي حال ؛ حقوق الملكية في الإسلام

يصبح عنصر المساواة من حيث المبدأ أو كليًا على العلامة مكونًا مهمًا كمؤشر للتقييم في تسجيل العلامات التجارية على النحو المنصوص عليه في المادة ٢١ فقرة (١) من القانون رقم ٢٠ لسنة ٢٠١٦ بشأن العلامات والبيانات الجغرافية والمواد ١٦ و قرار وزير القانون وحقوق الإنسان رقم ١٧ لسنة ٢٠٢١ بشأن تسجيل العلامات التجارية. تهدف هذه الدراسة إلى تحليل قرار القاضي في حالة المطالبة بالتعويض عن العلامة التجارية "STRONG" بين شركة Hardwood Private Limited بصفتها المدعي ضد شركة PT. Unilever Indonesia بصفتها المدعى عليه في القرار رقم ٣٠/Pdt.Sus-Merek/٢٠٢٠/ PN.Niaga.Jkt.Pst. ذكرت لجنة القضاة في قرارها أن معجون أسنان المدعى عليه الذي يستخدم العلامة التجارية "STRONG" كان مشابهًا وله في الأساس أوجه تشابه مع العلامة التجارية "STRONG" للمدعي. تم إجراء التحليل من خلال مراعاة اللوائح الحالية في القاعدة وزير القانون وحقوق الإنسان رقم ١٢ عام ٢٠٢١ بشأن تسجيل العلامات التجارية وأيضًا مفهوم حقوق الملكية في الإسلام.

هذا البحث عبارة عن بحث قانوني معياري مع بيانات بحثية في شكل وثائق قانونية ، وهي قرار المحكمة التجارية في محكمة منطقة جاكرتا المركزية برقم ٣٠/Pdt.Sus-Merek/٢٠٢٠/ PN.Niaga.Jkt.Pst. النهج المستخدم هو نهج قانوني ونهج مفاهيمي. تم جمع ومراجعة المواد القانونية في هذه الدراسة في شكل مواد قانونية أولية وثانوية وثالثية بناءً على الأحكام الواردة في لائحة وزير القانون وحقوق الإنسان لجمهورية إندونيسيا رقم ١٢ عام ٢٠٢١ بشأن تسجيل العلامات التجارية ثم دمجها مع مفهوم حقوق الملكية في الإسلام.

كشفت نتائج الدراسة أولاً ، أنه لا ينبغي تسجيل العلامة التجارية "STRONG" بموجب القاعدة وزير القانون وحقوق الإنسان رقم ١٢ عام ٢٠٢١ بشأن تسجيل العلامة ، خاصة في المادة ١٦ مع الأخذ في الاعتبار أن كلمة "STRONG" مصنفة على أنها اسم عام. كشفت نتائج الدراسة الثانية أنه في نظرية مفهوم حقوق الملكية في الإسلام ، لا يمكن أيضًا امتلاك العلامة التجارية "STRONG" بشكل فردي نظرًا لأن كلمة "STRONG" تُصنف على أنها اسم شائع وهذا شكل من أشكال الملكية العامة. واعتبرت هيئة القضاة أقل حرصًا في النظر في هذه القضية لأنها استندت إلى القانون الأساسي وحده ، لكنها لم تلتفت إلى اجتهادات القضاة السابقين الذين تعاملوا أيضًا مع قضايا مماثلة.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan perdagangan global yang pesat abad ini menunjukkan bahwa terjadinya perdagangan Internasional secara cepat dan menyeluruh telah menjadi salah satu komponen yang sangat krusial dalam menunjang pertumbuhan perekonomian nasional. Dunia industri dan perdagangan nasional menunjukkan berbagai gejala persaingan yang cukup berat, ditunjukkan oleh tingkat pemanfaatan kapasitas barang-barang produk nasional yang rendah dan perebutan pangsa pasar yang relatif tidak sehat. Merek hadir sebagai salah satu wujud dari karya intelektual yang berfungsi guna membedakan produk jasa atau barang yang memegang peranan penting mencegah terjadinya persaingan tidak sehat[1].

Seiring dengan semakin pesatnya perkembangan perdagangan barang dan jasa antar suatu negara, maka diperlukan pengaturan yang bersifat internasional guna memberikan jaminan dan perlindungan atas kepastian hukum di bidang merek. Merek membuat produk yang satu berbeda dengan yang lain diharapkan akan memudahkan konsumen dalam menentukan produk yang akan dikonsumsinya berdasarkan berbagai pertimbangan serta

[1] Vania Isura Sitepu, "Pelaksanaan Prinsip First To File dalam Penyelesaian Sengketa Merek Dagang Asing di Pengadilan (Studi Kasus tentang Gugatan Pencabutan Hak Merek "TOAST BOX" oleh BreadTalk Pte.Ltd No: 02/Merek/2011/PN.Niaga/Medan)," *Jurnal USU,* Vol. 3 (2015): 1 - 2 https://jurnal.usu.ac.id/index.php/premise/article/view/9686/4254

menimbulkan kesetiaan terhadap suatu merek (*brand loyalty*)[2]. Perlindungan atas suatu merek menjadi sangat penting dimana merek selain sebagai harta kekayaan yang dapat menghasilkan keuntungan bagi pemiliknya, juga sebagai alat untuk melindungi masyarakat selaku konsumen dari terjadinya penipuan kualitas barang tertentu yang berakibat menurunkan reputasi suatu perusahaan[3].

Dalam arus perdagangan barang dan jasa, merek terkenal (*well-known mark*) mempunyai reputasi yang sangat tinggi maka secara otomatis merek tersebut juga mempunyai potensi nilai dan kekuatan pemasaran yang tinggi karena merek tersebut merupakan merek pilihan para konsumen. Oleh karena itu tidak mengherankan jika pemilik merek terkenal memasang nilai tinggi pada setiap produk yang diproduksi karena menjadi aset kekayaan yang dapat mendatangkan keuntungan yang besar bagi pemiliknya. Keuntungan tersebut menyebabkan merek terkenal berpotensi menjadi sasaran bagi pengusaha atau pedagang lain untuk meniru bahkan memalsukan merek terkenal tersebut.

Tindakan pemalsuan terhadap merek terkenal merupakan tindakan yang disengaja dan dilakukan dengan sadar guna membonceng keterkenalan merek pihak lain dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan secara tidak jujur. Akibat dari tindakan pendomplengan seperti ini akan menimbulkan kerugian bagi pemilik merek terkenal tidak hanya kerugian materi tetapi juga moril

[2] M. Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)* (Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media, 2019), 23.
[3] Khoirul Hidayah, *Hukum Hak Kekayaan Intelektual* (Malang: Setara Press, 2017), 54.

karena suatu merek bisa menjadi terkenal harus dengan melalui suatu usaha yang keras dan biaya yang cukup besar juga.

Pengaturan mengenai perlindungan atas suatu merek terkenal dapat ditemukan dalam Pasal 21 ayat (1) Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, dimana dinyatakan bahwa : "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[4].

Dalam bagian Penjelasan Pasal 21 ayat (1) huruf b Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dinyatakan bahwa penolakan permohonan yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhan dengan merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa yang sejenis dilakukan dengan memperhatikan pengetahuan umum masyarakat mengenai merek tersebut di bidang usaha yang bersangkutan. Di samping itu, diperhatikan pula reputasi merek tersebut yang diperoleh karena promosi yang gencar dan besar-besaran, investasi di beberapa negara di dunia

[4] Pasal 21 ayat (1) Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

yang dilakukan oleh pemiliknya, dan disertai bukti pendaftaran merek dimaksud di beberapa negara[5].

Adapun guna menentukan terdaftar sebagai suatu merek terkenal (*well-known mark*), maka yang menjadi dasar pedoman kriteria adalah ketentuan Pasal 18 Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 12 Tahun 2021 tentang Pendaftaran Merek, yang pada pokoknya menentukan merek terkenal (*well-known mark*) yaitu dilakukan dengan memerhatikan pengetahuan umum masyarakat konsumen atau masyarakat pada umumnya yang memiliki hubungan baik pada tingkat produksi, promosi, distribusi maupun penjualan terhadap barang dan/atau jasa yang dilindungi oleh merek terkenal dimaksud. Begitu pun dengan kriteria yang digunakan memiliki ketentuannya sendiri dalam menjangkau pemenuhan *well-known mark*[6].

Suatu merek terkenal (*well-known mark*) di Indonesia tidak selamanya memiliki jaminan perlindungan penuh bagi pemiliknya sebagaimana tujuan dalam dari adanya peraturan pokok merek di Indonesia, yakni Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Dalam beberapa kasus, terdapat merek terkenal yang terdeteksi memiliki kesamaan dengan merek terkenal lainnya, baik disengaja maupun tidak disengaja, tergantung pada itikad yang melekat pada masing-masing pemilik merek. Permasalahannya adalah apabila suatu merek masih terdapat unsur kesamaan, bagaimana pihak Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) dapat

[5] Tommy Hendra Purwaka, *Perlindungan Merek* (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2017), 10.
[6] Pasal 18 Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 12 Tahun 2021 tentang Pendaftaran Merek.

meloloskan pendaftaran kedua merek tersebut, sehingga di masa yang akan datang akan menyebabkan perselisihan yang tak terduga untuk saling klaim pemilik merek terkenal yang sudah terdaftar. Untuk dapat menemukan penerapan itikad baik oleh masing-masing pemilik merek terkenal terhadap unsur kesamaan pada pokok atau keseluruhuannya yang menjadi kewajiban hakim pengadilan guna memutuskan dan menyatakan pendaftar memiliki itikad baik atau buruk.

Hal inilah yang menjadi salah satu pertimbangan hakim terhadap pembuktian unsur persamaan pada pokok atau keseluruhannya dalam memutuskan perkara sengketa hak merek pasta gigi "STRONG" antara perusahaan Singapura, Hardwood Private Limited yang di Indonesia dikenal dengan bendera perusahaan Orang Tua sebagai penggugat dan perusahaan PT. Unilever Indonesia, tbk. sebagai tergugat dalam perkara sengketa hak merek perkara nomor 30/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst di Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat yang diputuskan dalam sidang permusyawaratan Majelis Hakim pada tanggal 5 November 2020.

Hardwood Private Limited, sebagai pemegang merek pasta gigi "FORMULA STRONG" menggugat kata "STRONG" dalam merek pasta gigi "PEPSODENT STRONG 12 JAM". Hardwood Private Limited menilai produknya terlebih dulu mendaftarkan kata "STRONG" untuk produk pasta gigi "FORMULA STRONG" kepada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Hardwood Private Limited mendaftarkan merek Formula Strong yang terdaftar IDM000258478 kelas 3 yaitu pasta gigi, sediaan-sediaan untuk

membersihkan gigi palsu, obat gosok gigi, obat kumur bukan untuk keperluan medis, larutan kumur bukan untuk keperluan medis. Produk yang dipasarkan terdiri dari merek "FORMULA STRONG", "FORMULA STRONG PROTECTION", "STRONG PROTECTION", dan "FORMULA STRONG HERBAL".

Hardwood Private Limited juga menyatakan perusahaannya sebagai merek terkenal yang dapat dibuktikan dengan telah lama digunakan dan telah banyak investasi yang dilakukan dengan produknya tersebut. Hardwood Private Limited telah mempromosikan merek tersebut baik secara konvensional di media cetak dan non-konvensional (*online*).[7] Hardwood Private Limited tidak terima dengan merek "PEPSODENT STRONG" yang diproduksi oleh PT. Unilever Indonesia Tbk, sebab, menurut Hardwood Private Limited, tergugat memproduksi, mempromosikan, mengedarkan dan/atau menjual produk pasta gigi yang menggunakan merek yang serupa dengan merek "STRONG" milik Penggugat di wilayah Negara Republik Indonesia secara tanpa hak dan tanpa seizin dari Penggugat. Hal ini berakibat menyesatkan konsumen karena mengira produk pasta gigi PT. Unilever Indonesia Tbk tersebut mempunyai relasi dengan pasta gigi merek "STRONG" milik Hardwood Private Limited.

Berdasarkan pertimbangan majelis hakim, gugatan sengketa hak merek ini dimenangkan oleh Hardwood Private Limited sebagai pihak penggugat

[7] Syahrizal Sidik, "Kalah Lawan Orang Tua di Merek Pasta Gigi, Unilever Kasasi," *CNBC Indonesia*, 14 Januari 2021, diakses 27 Januari 2021, https://www.cnbcindonesia.com/market/20210114160013-17-216006/kalah-lawan-orang-tua-di-merek-pasta-gigi-unilever-kasasi

yang melawan PT. Unilever Tbk sebagai pihak tergugat. Adapun pertimbangan hakim dalam menyelesaikan sengketa hak merek ini telah menimbang dasar dan alasan hukum pada ketentuan Pasal 83 ayat (1) Undang – Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis bahwa merek "STRONG" Penggugat merupakan kata yang dipakai juga oleh Tergugat yang memiliki unsur persamaan pada pokok atau keseluruhannya berupa merek "PEPSODENT STRONG 12 JAM". Sehingga gugatan tersebut dikabulkan majelis hakim agar Tergugat menghentikan produksi, promosi, penjualan dan/atau peredaran produk pasata gigi Tergugat yang telah merugikan pihak Penggugat. Pengadilan Negeri Jakarta Pusat menjatuhkan denda materil kepada PT. Unilever Indonesia Tbk Rp 108 miliar. Dengan rincian Rp 33 miliar kerugian materiil dan Rp 75 miliar kerugian immateriil.

Tak hanya itu, majelis hakim menentukan pertimbangannya dengan menggunakan prinsip *first to file system* yaitu mengabulkan gugatan Penggugat sebagai pendaftar merek "STRONG" terdahulu. Serta prinsip *well-known mark* dalam meninjau kriteria merek terkenal Penggugat yang mengacu pada Pasal 6 bis *Paris Convention for the Protection of Industrial Property Rights (Paris Convention, 1967)* sebagaimana yang telah diratifikasi dalam Keputusan Presiden Nomor 15 tahun 1997 tentang Perubahan Keputusan Presiden Nomor 24 tahun 1979 tentang *Pengesahan Paris Convention for the Protection of Industrial Property* dan *Convention Estabilishing the World Intellectual Property Organization* (WIPO) dalam memperhitungkan pengetahuan yang diperoleh dari promosi merek.

Majelis hakim memberikan eksplanasi yuridis bahwa makna "FORMULA" sebagai merek terdaftar untuk barang produk pasta gigi adalah merek inti sebagai *house mark*, sedangkan makna "STRONG" merek terdaftar adalah *pet mark* milik tergugat yang apabila merek "STRONG" digunakan tergugat sebagai merek "PEPSODENT STRONG 12 JAM" jika diuraikan pun menjadi "PEPSODENT" sebagai *house mark* dan "STRONG" sebagai *pet mark* yang menimbulkan kebingungan atau kesalahpahaman konsumen. Pertimbangan Majelis Hakim tersebut bukan tanpa alasan namun tidak adanya dasar hukum yang dipakai ketika Majelis Hakim yang dibantu pandangan Ahli dalam menentukan parameter unsur yang membangun menjadi satu kesatuan nama merek dan perwujudan dari beberapa kata merek yang menjadi satu kalimat merek sehingga terdapat kesamaan pada salah satu kata atau frasanya, yaitu unsur kata "STRONG".

Pemaknaan "persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya" seyogianya telah diatur dalam Penjelasan Pasal 21 ayat (1) Undang-undang Merek dan Indikasi Geografis, ditekankan pada unsur yang dominan pada suatu merek yang memiliki daya pembeda dengan yang lain. Unsur dominan disini yang paling terlihat pada kemasan pun menurut kesaksian pihak tergugat hanya terletak pada nama merek pasta gigi "PEPSODENT", sedangkan kata selanjutnya berupa "STRONG 12 JAM" hanyalah sebuah varian yang memang jika digabungkan menjadi "PEPSODENT STRONG 12 JAM" yang telah diajukan permohonan pendaftarannya pada Direktorat Merek dan Indikasi Geografis namun tidak terbatas dengan nomor agenda

DID2019056670 dan DID2019057948 serta tanggal penerimaan 25 September 2019 dan 01 Oktober 2019 sebagaimana dengan merek "FORMULA STRONG" yang telah lebih dahulu didaftarkan di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) setelah adanya peristiwa hukum pengalihan hak merek "STRONG" oleh Bliss Centary International Limited kepada Hardwood PTE LTD sejak 13 Juli 2010. Persamaan yang terlihat pada merek "FORMULA STRONG" dengan "PEPSODENT STRONG 12 JAM" hanya terletak pada varian yang melekat pada kedua merek tersebut.

Dalam penjelasan kasus diatas, penulis beranggapan bahwa pertimbangan hakim ini perlu dianalisis lebih mendalam, khususnya mengenai pemberian makna terhadap frasa "persamaan pada pokoknya" yang masih belum terlihat kepastian hukumnya, mengingat pula pada Pasal 17 ayat (1) Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia No. 12 Tahun 2021 juga hanya menyinggung unsur dominan nama merek, tidak membicarakan sama sekali aturan tentang frasa yang mengikuti nama merek sebagai unsur dominan. Hakikatnya, unsur persamaan pada pokoknya menjadi komponen penting sebagai indikator penilaian dalam pendaftaran merek yang telah dijelaskan dalam Pasal 21 ayat (1) Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek da Indikasi Geografis. Hakim justru mempertimbangkan penilaian kriteria *well-known mark* dan *first to file system* milik tergugat.

Apabila menyinggung prinsip *well-known mark*, PT. Unilever Indonesia Tbk. pun yang memiliki merek "PEPSODENT" telah memenuhi kriteria *well-known mark* yang lebih dahulu dikenal oleh masyarakat Indonesia secara luas

jauh sebelum Hardwood Private Limited membuka bendera perusahaan di Indonesia berupa PT Orang Tua. Kedua merek yang digugat sama-sama memiliki kekuatan dasar hukum yang sama terhadap *well-known mark* yang melekat hak perlindungan hukum khusus pada masing-masing pemilik apabila merek tersebut belum terdaftar maka merek tersebut akan tetap diberikan perlindungan atas *well-known mark*-nya dari pendaftar merek lain yang memiliki itikad tidak baik yang berusaha membonceng keterkenalan merek tersebut.

Bermula dari permasalahan tersebut dan dikarenakan seringnya terjadi kasus-kasus pada pemaknaan "persamaan pada pokoknya" dan perselisihan merek dari kedua merek terkenal, maka penulis tertarik dan ingin menganalisis lebih dalam khususnya terkait jaminan perlindungan hukum *well-known mark* untuk membuktikan adanya itikad baik pemilik merek. Merek terkenal (*well-known mark*) digunakan oleh majelis hakim untuk menentukan suatu merek terdaftar sebagai pertimbangan utama dalam menyelesaikan kasus sengketa hak merek antara Hardwood Private Limited dengan PT. Unilever Indonesia dalam putusan nomor 30/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst. Disisi lain, penulis juga berkeinginan untuk menganalisis permasalahan terkait pengakuan kepemilikan merek ini dengan menggunakan teori konsep hak milik dalam Islam. Sebagaimana diketahui bahwa dalam agama Islam sangatlah menjunjung tinggi nilai keadilan. Nilai keadilan yang diterapkan dalam setiap aspek kehidupan. Keadilan merupakan suatu ciri utama dalam ajaran Islam.

Sebenarnya Indonesia telah memiliki instrumen perlindungan merek yaitu UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang juga mengatur mengenai berbagai hal terkait dengan kepemilikan dan perlindungan merek di Indonesia. Akan tetapi, sayangnya UU No. 20 Tahun 2016 ini tidak mengatur secara spesifik mengenai perlindungan hukum terhadap merek terkenal (*well-known mark*) maupun jangkauan pemaknaan terhadap "persamaan pada pokoknya". Dengan demikian permasalahan diatas diambil sebagai bahan penelitian oleh penulis dengan judul **ANALISIS PERTIMBANGAN HAKIM ATAS "PERSAMAAN PADA POKOKNYA" DALAM KASUS GUGATAN GANTI RUGI MEREK "STRONG" PERSPEKTIF PERMENKUMHAM NO. 12 TAHUN 2021 DAN HUKUM ISLAM (Studi Putusan Nomor 30/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst.)**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah pertimbangan hakim atas pemaknaan "persamaan pada pokoknya" terhadap merek terkenal yang digunakan dalam Putusan Nomor 33/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst sudah sesuai dengan ketentuan yang ada dalam Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia No. 12 Tahun 2021 tentang Pendaftaran Merek?
2. Bagaimana pengakuan hak milik atas nama merek yang memiliki unsur "persamaan pada pokoknya" oleh Hardwood Private Limited yang dimenangkan dalam Putusan Nomor 33/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt. Pst perspektif konsep hak milik dalam Islam?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pertimbangan hakim atas pemaknaan "persamaan pada pokoknya" terhadap merek terkenal yang digunakan dalam Putusan Nomor 33/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst dengan ketentuan yang ada dalam Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia No. 12 Tahun 2021 tentang Pendaftaran Merek.
2. Untuk menjelaskan konsep hak milik dalam Islam terhadap pengakuan hak milik atas nama merek yang memiliki unsur "persamaan pada pokoknya" oleh Hardwood Private Limited yang dimenangkan dalam Putusan Nomor 33/Pdt.Sus-Merek/2020/ PN.Niaga.Jkt.Pst.

D. Manfaat Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah dan berdasarkan tujuan penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, penulis mengharapkan penelitian ini bermanfaat baik secara teoritis ataupun secara praktis dalam rangka memperluas khazanah ilmu pengetahuan. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
   a. Diharapkan dapat menambah, memperluas, dan memperdalam keilmuan yang berhubungan dengan permasalahan tentang penilaian unsur persamaan pada pokoknya terhadap *well-known marks* (merek terkenal) sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia;
   b. Diharapkan dapat menjadi refrensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas permasalahan yang sejenis pada masa yang akan datang;

c. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan hukum khusunya yang berkaitan dengan permasalahan tentang penilaian unsur persamaan pada pokoknya terhadap *well-known marks* (merek terkenal) yang ada di Indonesia.

2. Manfaat Praktis

a. Diharapkan penelitian ini berguna untuk mengembangkan pemikiran kritis dari peneliti selama mencari ilmu di kelas perkuliahan;

b. Dapat memberikan sumber wawasan tambahan pengetahuan mengenai hukum, khususnya terkait permasalahan tentang penilaian unsur persamaan pada pokoknya terhadap *well-known marks* (merek terkenal) yang ada di Indonesia;

c. Memberikan informasi bagi para pihak dan masyarakat luas tentang permasalahan tentang penilaian unsur persamaan pada pokoknya terhadap *well-known marks* (merek terkenal) atas sesuai atau tidaknya dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dalam menjalankan kegiatan berniaga sehari-hari.

E. Definisi Operasional

Definisi operasional ini dibuat agar para pembaca dapat menggambarkan variable penelitian secara spesifik dan terukur, sehingga nantinya penelitian ini tidak menimbulkan intrepertasi ganda maupun kesalahpahaman bagi pembaca. Adapun definisi operasional dalam proposal skripsi yang disusun oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Pengadilan Negeri

Pengadilan Negeri (biasa disingkat PN) merupakan sebuah lembaga peradilan di lingkungan Peradilan Umum yang berkedudukan di ibu kota kabupaten atau kota. Peradilan umum adalah salah satu pelaku kekuasaan kehakiman bagi rakyat pencari keadilan pada umumnya[8].

2. Pengadilan Niaga

Pengadilan Niaga merupakan bagian dari pengadilan umum yang mempunyai kompetensi untuk memeriksa, dan memutus perkara-perkara kepailitan dan penundaan kewajiban pembayaran utang, serta perkara-perkara lainnya dibidang perniagaan yang ditetapkan dengan peraturan pemerintah. Kedudukan pengadilan niaga di Indonesia merupakan pengadilan khusus untuk memeriksa dan memutuskan perkara di bidang perniagaan. Sebagai bagian dari pengadilan umum, pengadilan niaga hanya berwenang memeriksa dan memutus perkara-perkara dibidang perniagaan seperti perkara-perkara kepailitan, penundaan kewajiban pembayaran hutang, hak atas kekayaan intelektual (HAKI), dan perkara perniagaan lainnya[9].

[8] Pasal 2 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 49 Tahun 2009 Tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1986 Tentang Peradilan Umum.

[9] Linda Firdawaty, "Kewenangan Pengadilan Niaga Dalam Menyelesaikan Permohonan Penundaan Kewajiban Pembayaran Utang," *Asas Jurnal,* Vol 5, No 1 (2013): https://doi.org/10.24042/ asas.v5i1.1690

3. Gugatan Ganti Rugi

Gugatan ganti rugi adalah suatu upaya atau tindakan untuk menuntut hak atau memaksa pihak lain untuk melaksanakan tugas atau kewajibannya, guna memulihkan kerugian yang diderita oleh penggugat melalui putusan pengadilan. Tuntutan hak ini adalah tindakan yang bertujuan memperoleh perlindungan hak yang diberikan oleh pengadilan untuk mencegah "*eigenrichting*"[10].

4. Putusan Hakim

Putusan hakim adalah suatu pernyataan yang oleh hakim, sebagai pejabat yang diberi wewenang itu, diucapkan pada persidangan dan bertujuan mengakhiri atau menyelesaikan suatu perkara atau sengketa antara para pihak. Putusan itu dituntut untuk suatu keadilan dan yang dipentingkan dan menentukan adalah fakta atau peristiwanya, peraturan hukum adalah suatu alat. maka dalam putusan hakim yang perlu diperhatikan adalah pertimbangan hukumnya, sehingga mempunyai alasan yang objektif dan memiliki kekuatan hukum agar putusan tersebut tidak dapat diubah lagi[11].

5. Sengketa

Sengketa menurut kamus bahasa indonesia adalah sesuatu yang menyebabkan perbedaan pendapat, pertengkaran, perbantahan,

[10] Sudikno Mertokusumo, *Hukum Acara Perdata Indonesia*, (Yogyakarta: Liberty, 2009), 52.
[11] Andi Hamzah, *Hukum Acara Pidana Indonesia*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), 286.

pertikaian, perselisihan[12]. Sengketa juga merupakan situasi atau kondisi dimana orang-orang saling mengalami perselisihan yang bersifat faktual maupun perselisihan menurut persepsi mereka masing-masing[13].

6. Merek

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[14].

7. Merek Dagang

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 sejenis lainnya[15].

[12] Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), "Kamus versi online/daring (dalam jaringan)," diakses 30 September 2021, https://kbbi.web.id/sengketa
[13] Takdir Rahmadi, *Mediasi Penyelesaian Sengketa Melalui Pendekatan Mufakat* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2017), 1.
[14] Pasal 1 Ayat (1) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.
[15] Pasal 1 Ayat (2) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

8. Hak atas Merek

Hak atas Merek menurut UU Nomor 20 Tahun 2016 dalam ketentuan Pasal 1 Ayat (5) adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya[16].

9. Merek Terkenal (*Well-Known Mark*)

Merek terkenal merupakan merek yang memiliki reputasi tinggi. merek ini mempunyai kekuatan pancaran yang memukau dan menarik, sehingga jenis barang yang berada di bawah merek itu langsung menimbulkan sentuhan keakraban (*familiar*) dan ikatan mitos (*mythical context*) kepada segala lapisan konsumen[17].

10. Persamaan pada Pokoknya dalam Merek

"Persamaan pada pokoknya" dalam merek adalah 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

[16] Pasal 1 Ayat (5) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

[17] Siti Nurul Intan Sari D., "Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal Berdasarkan Konvensi Paris Dan Perjanjian Trips Serta Penerapannya Berdasarkan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek," *Jurnal Yuridis*, Vol. 2 No. 2 (2015): 166, https://media.neliti.com/media/publications/282106-perlindungan-hukum-terhadap-merek-terken -008a3b67.pdf

kombinasi antara unsur, maupun persamaan bunyi ucapan, yang terdapat dalam merek tersebut[18].

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan penulis dalam mengkaji penelitian ini adalah jenis penelitian yuridis normatif atau penelitian hukum normatif. Yuridis normatif adalah metode penelitian yang dikaji berdasarkan bahan hukum yang terdiri atas bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder dengan cara mengkaji lebih dalam teori-teori, konsep-konsep, asas-asas hukum dan peraturan perundang-undangan yang berhubungan dengan permasalahan dalam penelitian ini. Jenis penelitian seperti ini dikenal juga dengan penelitian kepustakaan, yaitu dengan mempelajari buku-buku, peraturan perundang-undangan dan dokumen lainnya yang berhubungan dengan permasalahan dalam penelitian ini[19]. Adapun penelitian ini dilakukan dengan menganalisis lebih dalam terkait putusan pengadilan nomor 30/Pdt.Sus-Merek/2020/Pn.Niaga.Jkt.Pst. yang mana di dalamnya terdapat pertimbangan hakim atas unsur persamaan pada pokoknya terhadap *well-known mark* dalam penyelesaian sengketa hak merek antara Hardwood Private Limited dengan PT. Unilever Indonesia Tbk. Pertimbangan

[18] Rahmi Jened, *Hukum Merek Trademark Law Dalam Era Global dan Integrasi Ekonomi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2015), 312.
[19] Soeryono Soekarto, *Pengantar Penelitian Hukum* (Jakarta: UI Press, 1984), 20.

tersebut akan dianalisis menggunakan beberapa peraturan terkait hak merek yang berlaku di Indonesia.

2. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan dua macam pendekatan, yaitu Pendekatan Perundang-undangan (*statute approach*) dan Pendekatan Konseptual (*conceptual approach*) yang masing-masingnya akan dijelaskan sebagai berikut :

a. Pendekatan Perundang-undangan (*statute approach*), pendekatan ini merupakan penelitian yang mengutamakan bahan hukum yang berupa peraturan perundang-undangan sebagai bahan acuan dasar dalam melakukan penelitian. Pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) digunakan untuk meneliti peraturan perundang-undangan yang dalam penormaannya masih terdapat kekurangan. Pendekatan ini dilakukan dengan menelaah semua peraturan perundang-undangan yang bersangkut paut dengan permasalahan (isu hukum) yang sedang dihadapi[20]. Adapun perundang-undangan yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya adalah Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia No. 12 Tahun 2021, Undang-Undang No 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, dan peraturan terkait lainnya.

[20] Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum Edisi Revisi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005), 133.

b. Pendekatan kedua adalah Pendekatan konseptual (*conceptual approach*) yang merupakan jenis pendekatan dalam penelitian hukum yang memberikan sudut pandang analisa penyelesaian permasalahan dalam penelitian hukum dilihat dari aspek konsep-konsep hukum yang melatarbelakanginya, atau bahkan dapat dilihat dari nilai-nilai yang terkandung dalam penormaan sebuah peraturan kaitannya dengan konsep-konsep yang digunakan[21]. Pendekatan ini menjadi penting sebab pemahaman terhadap pandangan/doktrin yang berkembang dalam ilmu hukum dapat menjadi pijakan untuk membangun argumentasi hukum ketika menyelesaikan isu hukum yang dihadapi. Pandangan/doktrin akan memperjelas ide-ide dengan memberikan pengertian-pengertian hukum, konsep hukum, maupun asas hukum yang relevan dengan permasalahan. Dalam penelitian ini, pendekatan konseptual (*conceptual approarch*) yang digunakan adalah pertimbangan hakim yang berguna sebagai pijakan dalam argumentasi hukum dalam penelitian ini.

3. Bahan Hukum

Dalam penelitian normatif, data yang dapat digunakan adalah data sekunder, yakni data yang diperoleh dari informasi yang sudah tertulis dalam bentuk dokumen. Istilah ini sering disebut sebagai bahan hukum. Bahan hukum dibedakan menjadi tiga jenis, yakni bahan hukum primer,

[21] Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum Edisi Revisi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005), 135 – 136..

bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan sumber bahan hukum antara lain yaitu:

a. Bahan Hukum Primer yang digunakan terdiri dari peraturan perundang-undangan, catatan resmi, risalah dalam pembuatan perundang-undangan dan putusan hakim.[22] Dalam penelitian ini bahan hukum primer yang digunakan adalah sebagai berikut :
   1) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2009 Tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1985 Tentang Mahkamah Agung;
   2) Undang-Undang Nomor 48 Tahun 2009 Tentang Kekuasaan Kehakiman;
   3) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 49 Tahun 2009 Tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1986 Tentang Peradilan Umum;
   4) Undang-Undang No. 30 Tahun 2014 Tentang Administrasi Pemerintahan;
   5) Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis;
   6) Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 12 Tahun 2021 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Hukum

[22] Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum Edisi Revisi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005), 141.

dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek;

7) Putusan Nomor 30/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst.

b. Bahan Hukum Sekunder yang utama adalah buku teks karena buku teks berisi mengenai prinsip-prinsip dasar ilmu hukum dan pandangan-pandangan klasik para sarjana yang mempunyai kualifikasi tinggi[23]. Dalam penelitian ini bahan hukum sekunder yang digunakan meliputi :

1) Buku-buku ilmiah dibidang hukum yang terkait dengan merek terkenal;
2) Jurnal ilmiah yang terkait dengan merek terkenal;
3) Artikel ilmiah dan hasil penelitian yang terkait dengan merek terkenal;
4) Makalah-makalah yang terkait dengan merek terkenal;

c. Bahan Hukum Tersier, adalah bahan yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder. Dalam penelitian ini bahan hukum tertier yang digunakan meliputi :

1) Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI);
2) Kamus hukum;
3) Situs internet yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti, yakni tentang *well-known marks* yang merupakan salah satu

[23] Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum Edisi Revisi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005), 142.

pertimbangan hakim dalam Putusan Nomor 30/Pdt.Sus-Merek/ 2020/PN.Niaga.Jkt.Pst.

4. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum

Metode pengumpulan data dimaksudkan untuk memperoleh bahan hukum dalam penelitian. Teknik pengumpulan bahan hukum yang mendukung dan berkaitan dengan pemaparan penelitian ini adalah studi dokumen (studi kepustakaan). [24] Studi dokumen adalah suatu alat pengumpulan bahan hukum yang dilakukan melalui bahan hukum tertulis dengan mempergunakan *content analisys*.[25] Teknik ini berguna untuk mendapatkan landasan teori dengan mengkaji dan mempelajari buku-buku, peraturan perundang-undangan, dokumen, laporan, arsip dan hasil penelitian lainnya baik cetak maupun elektronik yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti, yakni tentang *well-known marks* yang merupakan salah satu pertimbangan hakim dalam Putusan Nomor 30/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst.

5. Analisis Bahan Hukum

Analisis bahan hukum adalah bagaimana memanfaatkan sumber-sumber bahan hukum yang telah terkumpul untuk digunakan dalam memecahkan permasalahan dalam penelitian ini. Dasar dari penggunaan analisis secara normatif, dikarenakan bahan-bahan hukum dalam

[24] Mukti Fajar, dan Yulianto Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2010), 160.
[25] Burhan Mungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologi Ke Arah Ragam Varian Kontemporer* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), 203.

penelitian ini mengarah pada kajian-kajian yang bersifat teoritis dalam bentuk asas-asas hukum, konsep-konsep hukum, serta kaidah-kaidah hukum. Bahan-bahan hukum yang telah berhasil dikumpulkan penulis, kemudian penulis akan melakukan analisis yakni berupa deskripsi, interpretasi, evaluasi dan sistematisasi, yang masing-masingnya akan dijelaskan sebagai berikut :

a. Teknik deskripsi yakni penulis akan menguraikan (mengabstraksikan) suatu fenomena apa adanya atau posisi dari proposisi-proposisi hukum dan non-hukum yang dijumpai.
b. Teknik interpretasi atau penafsiran, penulis akan menggunakan jenis-jenis penafsiran dalam ilmu hukum terhadap proposisi-proposisi yang dijumpai guna disistematisasikan sesuai dengan pembahasan atas pokok permasalahan dalam penelitian ini.
c. Teknik evaluasi adalah penilaian berupa tepat atau tidak tepat, setuju atau tidak setuju, benar atau salah, sah atau tidak sah, oleh peneliti terhadap suatu pandangan, proposisi, pernyataan rumusan norma, baik yang tertera dalam bahan hukum primer maupun dalam bahan hukum sekunder.
d. Teknik sistematisasi, yakni penulis berupaya untuk mencari kaitan rumusan suatu konsep atau proposisi hukum antara peraturan perundang-undangan yang sederajat maupun yang tidak sederajat, juga terkait dengan hukum Islam.

Adapun hasil dari empat teknik analisis tersebut kemudian dilakukan analisis menurut isinya (*content analysis*), yang merupakan analisis isi dengan upaya untuk memilah-milah dan memilih data dari berbagai bahan pustaka yang ada serta searah dengan objek penelitian yang dimaksud. Metode analisis data dalam penelitian ini, dengan mengolah secara sistematis bahan-bahan penelitian untuk dikaji secara komprehensif. Adapun metode yang digunakan untuk menganalisis adalah metode destruktif sekaligus kualitatif. Deskriptif adalah menganalisis data dengan cara memaparkan secara terperinci dan tepat perihal fenomena tertentu terkait dengan penulisan hukum ini. Kualitatif adalah menganalisis pemaparan hasil-hasil penulisan yang sudah disistematisasikan tersebut dengan kajian dari teori-teori hukum dan hukum positif. Hal ini guna menjelaskan permasalahan penelitian hukum dengan kalimat yang logis, bersifat ilmiah dan mudah dipahami.

G. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelusuran yang telah dilakukan, penyusun menemukan beberapa hasil penelitian yang menyangkut tentang hak merek, yang diantaranya adalah :

a) Pertama, skripsi yang ditulis oleh Adi Setia (2020) dengan judul "Analisis Yuridis Putusan No. 1105K/PDT.SUS-HKI/MEREK/2018 PN Niaga Jakarta Pusat mengenai Sengketa Merek Terkenal Antara DC

Comics dan PT. Marxing Farm Makmur".[26] Dalam skripsi ini penulis memberikan hasil penelitiannya dengan menganalisis dasar gugatan dari DC Comics terhadap merek SUPERMAN milik PT. Marxing Farm Makmur dengan memperhatikan latar belakang kasus berawal yang kemudian dikaitkan dengan Undang-undang No. 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis dan menerangkan beberapa faktor yang membuat gugatan dari DC Comics diputus tidak dapat diterima oleh majelis hakim pengadilan niaga jakarta pusat, diantaranya; mengenai cacat formil dari gugatan dari DC Comics yang tujuan gugatan adalah untuk melakukann pembatalan merek SUPERMAN milik PT. Marxing Farm Makmur dan memerintahkan DJKI menerbitkan sertifikat merek terkenal tidak sesuai dengan ketentuan dalam pasal 21 Undang-undang merek, lalu mengenai kuasa hukum dari DC Comics yang bertidak melebihi kewenangannya tidak sesuai dengan perintah dalam surat kuasa, dan argumen dari DC Comics terkait legalitas dan beberapa setifikasi merek terkenal miliknya yang tidak disampaikan di persidangan. Sebagai pembeda dari skripsi ini, maka perbedaan yang akan dimunculkan pada penelitian yang akan dilakukan adalah terletak pada tinjauan analisis yang menggunakan Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia No. 12 Tahun 2021 tentang Pendaftaran Merek dan Hukum Islam terkait hak milik merek serta membahas doktrin yang digunakan majelis hakim

[26] Adi Setia, "*Analisis Yuridis Putusan No. 1105K/PDT.SUS-HKI/MEREK/2018 PN Niaga Jakarta Pusat Mengenai Sengketa Merek Terkenal Antara DC Comics dan PT. Marxing Farm Makmur*", (Undergraduate thesis, UPN "Veteran" Jawa Timur, 2020), http://repository.upnjatim.ac.id/628/

dalam menentukan makna unsur "persamaan pada pokoknya". Terlepas dari itu adapun persamaan dari skripsi ini dengan penelitian yang dilaksanakan yaitu menganalisa kriteria merek terkenal dalam pengakuan hak merek yang ditinjau dari Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

b) Kedua, yaitu Jurnal Penelitian yang ditulis oleh Vira Adryani dan Christine S. T. Kansil (2020) yang berjudul "Perlindungan Hukum Merek Terkenal Terhadap Pengaturan Prinsip Persamaan Pada Pokoknya yang Diajukan dengan Itikad Tidak Baik (Studi Putusan Mahkamah Agung Nomor: 92K/Pdt.Sus-HKI/2017)".[27] Adapun hasil dari jurnal ini dijelaskan bahwa hakim telah memutuskan terdapat persamaan bentuk, cara penempatan, cara penulisan, persamaan bunyi, dan persamaan unsur dengan Hugo Boss sebagaimana terdapat dalam Putusan Nomor 92K/Pdt.Sus-HKI/2017. Sehingga Hugo Boss telah seharusnya memiliki perlindungan hukum sebagai wujud pengakuan hak merek terkenal berdasarkan "keberhasilan penegakan hukum" Pasal 18 Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek. Perbedaan dengan penelitian yang akan dilaksanakan penulis ialah terletak pada putusan yang dipakai penulis yaitu Putusan Nomor 30/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst tentang penyelesaian sengketa anatra Hardwood Private Limited dengan PT.

[27] Vira Adryani, "Perlindungan Hukum Merek Terkenal Terhadap Pengaturan Prinsip Persamaan Pada pokoknya yang Diajukan dengan Itikad Tidak Baik (Studi Putusan Mahkamah Agung Nomor: 92K/Pdt.Sus-HKI/2017)", *Jurnal Hukum Adigama,* Vol. 3, No. 2, Desember 2020, 874 – 895. https://journal.untar.ac.id/index.php/adigama/article/view/10596/6771

Unilever Indonesia Tbk serta meninjau berdasarkan Hukum Islam. Sedangkan persamaan antara Jurnal Penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan penulis yaitu menggunakan beberapa ketentuan dalam Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 tahun 2016 tetapi penulis menggunakan peraturan sejenis yang lebih terbaru yakni Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 12 Tahun 2021 tentang Pendaftaran Merek dengan menganalisa unsur persamaan pada pokoknya terhadap merek yang bersengketa.

c) Ketiga, adalah Skripsi yang ditulis oleh Fahrizal Rahman Hasibuan (2019) dengan judul "Perlindungan Hukum Terhadap Pemilik Merek Terdaftar Terkait Pemalsuan Merek (Studi Kasus Tentang Merek Cressida dan Damor)". [28] Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Hak Kekayaan Intelektual (selanjutnya disingkat HKI) adalah terjemahan resmi dari Intellectual Property Rights (IPR). Berdasarkan substansinya, HKI berhubungan erat dengan benda tidak berwujud serta melindungi karya intelektual yang lahir dari cipta, rasa dan karsa manusia. Pada dasarnya aturan hukum yang mengatur HKI baik dalam ruang lingkup nasional maupun internasional bertujuan untuk melindungi hak dibidang HKI yang dimilikinya agar tidak dilanggar oleh pihak manapun. Pemalsuan merek merupakan salah satu perbuatan persaingan curang *(unfair competition),* prakteknya yaitu dengan cara membuat atau

[28] Fahrizal Rahman Hasibuan, "Perlindungan Hukum Terhadap Pemilik Merek Terdaftar Terkait Pemalsuan Merek (Studi Kasus Tentang Merek Cressida dan Damor)", (Undergraduate thesis, Universitas Sumatera Utara, 2019). http://repositori.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/20928/150200238.pdf?sequence=1&isAllowed=y

memproduksi sama persis dengan merek terkenal yang sudah menjadi milik orang lain yang bukan merupakan haknya secara sah. Dengan kata lain terdapat unsur pelanggaran hak atas merek dari pemilik merek yang asli (sebenarnya). Oleh karena itu, setiap pemilik atau pemegang Merek yang sebenarnya (asli) haruslah mendapatkan perlindungan hukum yang jelas dan pasti terhadap praktek pemalsuan merek tersebut, khususnya perlindungan hukum terhadap merek terkenal. Sebagai pengembangan dari penelitian skripsi yang telah dilaksanakan sebelumnya, terdapat perbedaan dengan penelitian yang akan dilaksanakan penulis berupa memfokuskan pada aspek perlindungan hukum dan menemukan doktrin pemaknaan unsur "persamaan pada pokoknya" terhadap pemilik merek terkenal studi analisis pada Putusan Nomor 30/Pdt.Sus-Merek/2020/PNNiaga.Jkt.Pst meninjau berdasarkan Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia No. 12 Tahun 2021 tentang Pendaftaran Merek dan Hukum Islam. Sedangkan persamaannya ialah kedua penelitian sama-sama dilakukan dengan membandingkan dua merek dari perusahaan terkenal, dan sama-sama mengkaji terkait hak merek secara umum.

Untuk lebih jelasnya, maka akan dijelaskan dalam bentuk tabel yang akan dijelaskan oleh penulis sebagai berikut :

Tabel 1.

Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

No.	Nama Penulis dan Tahun	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Adi Setia (2020)	Analisis Yuridis Putusan No. 1105K/PDT.SUS-HKI/MEREK/2018 PN Niaga Jakarta Pusat Mengenai Sengketa Merek Terkenal Antara DC Comics dan PT. Marxing Farm Makmur	Berfokus pada permasalahan merek terkenal, dan sama-sama meneliti putusan pengadilan dengan menganalisa kriteria merek terkenal dalam pengakuan hak merek yang ditinjau dari Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek	Penelitian ini menitikberatkan permasalahan terkait cacat formilnya gugatan serta pembatalan merek. Sedangkan, penulis menitikberatkan permasalahan pada perlindungan terhadap merek terdaftar yang sudah di daftarkan

			dan Indikasi Geografis.	pertama kali, dan juga terkait persamaan kata yang ada dalam merek yang sama-sama sudah terdaftar, serta perbandingan pertimbangan hakim terhadap perbedaan dalam memutuskan kasus merek biasa (*normal mark*), merek terkenal (*well-known mark*) dan merek termasyur (*famous mark*). Ditambah

				dengan analisis berdasarkan tinjauan Hukum Islam.
2.	Vira Adryani dan Christine S. T. Kansil (2020)	Perlindungan Hukum Merek Terkenal Terhadap Pengaturan Prinsip Persamaan Pada Pokoknya yang Diajukan dengan Itikad Tidak Baik (Studi Putusan Mahkamah Agung Nomor: 92K/Pdt.Sus-HKI/2017)"	Keduanya sama-sama menggunakan ketentuan dalam Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek dengan menganalisa unsur persamaan pada pokoknya terhadap merek yang bersengketa.	Penulis menggunakan Putusan Nomor 30/Pdt.Sus-Merek/2020/PN. Niaga.Jkt.Pst tentang penyelesaian sengketa anatra Hardwood Private Limited dengan PT. Unilever Indonesia Tbk dengan menambahkan tinjauan

				berdasarkan Hukum Islam
3.	Fahrizal Rahman Hasibuan (2019)	Perlindungan Hukum Terhadap Pemilik Merek Terdaftar Terkait Pemalsuan Merek (Studi Kasus Tentang Merek Cressida dan Damor)	Penelitian sama-sama dilakukan dengan membandingkan 2 merek dari perusahaan terkenal, dan sama-sama mengkaji terkait hak merek secara umum.	Penelitian ini berfokus terhadap perlindungan hukum terhadap pemilik merek terdaftar terkait pemalsuan merek (*unfair competition*), dan penelitian ini tidak terfokus pada analisis putusan pengadilan.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan dalam memahami kajian dalam karya tulis ilmiah ini, penulis mengarahkan pembahasan ke dalam empat bab. Masing-masing bab tersebut, terdiri beberapa sub bab, tentunya bab-bab pembahasan yang

satu sama lain memiliki hubungan yang erat dan secara umum sistematikanya dapat digambarkan sebagai berikut :

1. BAB I PENDAHULUAN, berisi tentang latar belakang yang membahas tentang posisi kasus, permasalahan hukum, dan penelusuran dokumen penelitian penulis;
2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA, berisi tentang kajian-kajian pustaka yang dijadikan sebagai landasan teori yang akan digunakan untuk menganalisis permasalahan hukum yang akan diteliti;
3. BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, berisi tentang pembahasan hasil dari penelitian kasus terhadap kajian teori yang sudah dipaparkan;
4. BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN, berisi tentang kesimpulan atas kasus yang sudah diteliti dan juga saran terhadap permasalahan yang sudah diteliti.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Konsep Umum tentang Merek

1. Pengertian Merek

Pengertian merek sebagaimana yang dijelaskan dalam Undang – Undang Nomor 20 Tahun 2016 dalam pasal 1 poin (1) 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. Selain pengertian berdasarkan Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis, terdapat beberapa ahli mengemukakan pengertian dari merek itu sendiri, antara lain yaitu[29] :

a. H.M.N Purwo Sutjipto mengatakan bahwa merek adalah suatu tanda, dengan mana suatu benda tertentu dipribadikan, sehingga dapat dibedakan dengan benda lain yang sejenis.
b. Prof. R. Soekardono mengatakan bahwa merek adalah sebuah tanda (Jawa: ciri atau tenger) dengan mana dipribadikan sebuah barang

[29] R. Eddy Haryadi, "Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Merek Terhadap Pelanggaran Merek Menurut UU Merek Indonesia", *Yuriska: Jurnal Ilmiah Hukum*, Vol. 2, No. 1 (2017): 126 https://repository.ugm.ac.id/id/eprint/62793

tertentu, dimana perlu juga dipribadikan asalnya barang dalam perbandingan dengan barang – barang sejenis yang dibuat atau diperdagangkan oleh orang – orang atau badan – badan perusahaan lain.

Dari beberapa pengertian diatas, maka merek pada hakekatnya merupakan suatu tanda pengenal dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa yang sejenis dan sekaligus merupakan jaminan mutunya bila dibandingkan dengan produk barang atau jasa sejenis yang dibuat oleh pihak lain. Akan tetapi agar tanda tersebut dapat diterima sebagai merek, maka harusnya memilika daya pembeda antara satu dengan yang lainnya.

2. Dasar Hukum Perlindungan Merek

Undang-Undang No 20 Tahun 2016 (UU Merek dan Indikasi Geografis) merupakan dasar hukum yang terbaru tentang perlindungan merek di Indonesia. Sampai saat ini, tercatat pemerintah telah beberapa kali mengganti UU Merek, diantaranya UU No 21 Tahun 1961, UU No 19 Tahun 1992, UU No 14 Tahun 1997, UU No 15 Tahun 2001, dan terakhir digantikan dengan UU No 20 Tahun 2016 (UU Merek). Adapun beberapa regulasi yang juga berlaku terkait perlindungan merek di Indonesia antara lain yaitu :

a. *Paris Convention for the Protection of Industrial Property*;
b. *The Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights*;

c. *Joint Recommendation Concerning Provisions on the Protection of Well-Known Marks*;

d. Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 12 Tahun 2021 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek.

3. Fungsi Merek

Memasuki realita pasar, merek hadir dengan dua fungsi utama, yang antara lain yaitu sebagai tanda pembeda dan sebagai penunjuk asal barang[30]. Kedua fungsi tersebut dijalankan secara paralel dan setara. Artinya, fungsi yang satu tidak melampaui peran yang lain dan secara fungsi tidak saling mengabaikan atau menegasikan. Disisi lain, merek berfungsi guna memberi identitas pada barang atau jasa dan berfungsi menjamin kualitas suatu barang dan jasa bagi konsumen. Bagi orang yang sudah membeli suatu produk dengan merek tertentu dan merasa puas akan kualitas produk barang atau jasa tersebut akan mencari produk dengan merek yang sama di lain waktu. Merek juga dapat *menjadi adversiting tool* untuk membantu periklanan dan promosi suatu produk[31].

Disisi lain, menurut P. D. D Dermawan sebagaimana dikutip oleh Dr. OK. Saidin,SH.,M.Hum. dalam bukunya yang berjudul Aspek Hukum

[30] Henry Soelistyo, *Bad faith Dalam Hukum Merek, Cet. II* (Yogyakarta: PT Maharsa Artha Mulia, 2017), 5.
[31] Emmy Yuhassarie, *Hak Kekayaan Intelektual dan Perkembangannya* (Jakarta, Pusat Pengkajian Hukum, 2005), 197.

Kekayaan Intelektual, dijelaskan bahwa fungsi merek ada tiga, antara lain yaitu[32] :

a. Fungsi Indikator Sumber, artinya merek berfungsi untuk menunjukan bahwa suatu produk bersumber secara sah pada suatu unit usaha dan karenanya juga berfungsi untuk memberikan indikasi bahwa produk itu dibuat secara professional.
b. Fungsi Indikator Kualitas, artinya merek berfungsi sebagai jaminan kualitas khususnya dalam kaitan dengan produk – produk bergengsi.
c. Fungsi Sugestif, artinya merek memberikan kesan akan menjadi kolektor produk tersebut.

4. Jenis – Jenis Merek

Jenis merek dijelaskan Undang – Undang Nomor 20 Tahun 2016, yaitu merek sebagaimana diatur dalam undang – undang ini meliputi merek dagang dan merek jasa. Merek dagang adalah merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama – sama atau badan hukum untuk membedakan barang – barang sejenis lainnya, contoh : KFC, Yamaha, Tupperware, dan sebagainya. Sedangkan merek jasa adalah merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama – sama atau badan hukum yang membedakan jasa – jasa sejenis lainnya, contoh : BRI, TUV Rheinland (jasa sertifikasi),

[32] OK Saidin, *Aspek Hukum Kekayaan Intelektual* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), 359.

AKAS (jasa Transportasi), dan sebagainya[33]. Selain kedua jenis merek tersebut, Undang – Undang Nomor 20 Tahun 2016 juga mengenal jenis merek lainnya, yaitu Merek Kolektif. Dalam pasal 46 Undang – Undang Nomor 20 Tahun 2016 mendefinisikan merek kolektif sebagai "merek yang digunakan pada barang atau jasa dengan karakteristik yang sama yang diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama – sama untuk membedakan dengan barang atau jasa sejenis lainnya".

5. Persyaratan Merek yang dapat Didaftarkan

Merek akan diterima dan dipakai sebagai merek atau cap dagang apabila memenuhi syarat mutlak yaitu mempunyai daya pembeda yang cukup. Dengan kata lain merek yang dipakai ini haruslah sedemikian rupa, sehingga mempunyai cukup kekuatan untuk membedakan barang hasil produksi suatu perusahaan atau jasa dari produksi seseorang dengan barang – barang jasa yang diproduksi oleh orang lain[34]. Selain itu, tidak semua yang memenuhi daya pembeda dapat didaftarkan sebagai sebuah merek. Pasal 21 Undang – Undang Nomor 20 Tahun 2016 menyatakan bahwa merek tidak dapat didaftarkan atas dasar permohonan yang diajukan oleh pemohon yang beritikad tidak baik. Penjelasan Pasal 21 Undang – Undang Nomor 20 Tahun 2016 menyatakan bahwa pemohon

[33] Khoirul Hidayah, *Hukum Hak Kekayaan Intelektual* (Malang: Setara Press, 2017), 55.
[34] Budi Agus Riswandi dan Syamsudin, *Hak Kekayaan Intelektual dan Budaya Hukum*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), 83.

yang beritikad baik adalah pemohon yang mendaftarkan mereknya secara layak dan jujur tanpa ada niat apapun untuk meniru atau menjiplak ketenaran merek milik pihak lain demi kepentingan usahanya yang berakibat kerugian pada pihak lain itu atau menimbulkan kondisi persaingan curang, mengecoh atau menyesatkan konsumen.

Pasal 21 Undang – Undang Nomor 20 Tahun 2016 memuat juga ketentuan mengenai penolakan pendaftaran merek yaitu permohonan harus ditolak oleh Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual apabila merek tersebut mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek milik pihak lain yang sudah terdaftar lebih dulu untuk barang atau jasa sejenis, merek yang sudah terkenal milik pihak lain untuk barang atau jasa sejenis, dan indikasi-geografis yang sudah dikenal. Penolakan dapat pula diberlakukan terhadap barang atau jasa yang tidak sejenis sepanjang memenuhi persyaratan tertentu yang akan ditetapkan lebih lanjut dengan Peraturan Pemerintahan. Permohonan juga harus ditolak oleh Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual apabila merek tersebut merupakan atau menyerupai 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, simbol atau emblem Negara atau lembaga nasional maupun internasional, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang, dan 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[35].

6. Merek Terkenal (*Well-Known Marks*)

Definisi mengenai merek terkenal tidak disebutkan secara tegas di dalam Undang – Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, namun secara implisit dapat dilihat pada Penjelasan Pasal 21 ayat (1) huruf b dalam undang-undang tersebut. Menurut penjelasan pasal tersebut, definisi merek terkenal yakni merek yang dikenal oleh masyarakat dibidang bersangkutan, memiliki reputasi yang diperoleh karena promosi yang gencar dan besar-besaran, investasi di beberapa negara yang dilakukan oleh pemiliknya dan terdaftar di beberapa negara.

World Intellectual Property Organizations (WIPO) memberikan batasan mengenai merek terkenal sebagaimana disepakati dalam *Joint Recommendation Concerning Provisions on the Protection of Well-Known Marks,* bahwa faktor-faktor ini dapat digunakan untuk menentukan apakah merek tersebut masuk kategori terkenal, yaitu[36] :

[35] Dimas Yogaskara H, "Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Hak Atas Merek Dalam Sengketa Antara Merek Gudang Garam Dengan Merek Gudang Baru Dihubungkan Dengan Undang – Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis" (Skripsi, Universitas Pasundan, 2017), http://repository.unpas.ac.id/31750/

[36] Risa Amrikasari, "Ini Perbedaan Merek Biasa, Merek Terkenal, dan Merek Termasyhur," H*ukum Online*, 18 Februari 2019, diakses 31 Maret 2021, https://www.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/lt5563c921eed12/ini-perbedaan-merek-biasa--merek-terkenal--dan-merek-termasyhur

a. Tingkat pengetahuan atau pengakuan merek di sektor yang relevan dengan masyarakat;
b. Durasi, tingkat dan wilayah geografis dari pemakaian merek;
c. Durasi, tingkat dan wilayah geografis dari promosi merek;
d. Durasi dan wilayah geografis dari segala pendaftaran atau permohonan pendaftaran merek;
e. Catatan keberhasilan pemenuhan hak atas merek tersebut;
f. Nilai merek.

B. Konsep Umum Gugatan Ganti Rugi atas Pelanggaran Merek Berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis

1. Penyelesaian Sengketa Gugatan Ganti Rugi atas Pelanggaran Merek

Gugatan merupakan suatu perkara yang mengandung sengketa atau konflik antara pihak-pihak yang menuntut pemutusan dan penyelesaian pengadilan [37] . Secara garis besar, pengertian gugatan adalah suatu tuntutan seseorang atau beberapa orang selaku penggugat yang berkaitan dengan permasalahan perdata yang mengandung sengketa antara dua pihak atau lebih yang diajukan kepada Ketua Pengadilan Negeri dimana salah satu pihak sebagai penggugat untuk menggugat pihak lain sebagai tergugat[38]. Adapun gugatan ganti rugi adalah suatu upaya atau tindakan

[37] Cik Hasan Bisri, *Peradilan Agama di Indonesia*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1998), 229.
[38] Sophar Maru Hutagalung, *Praktik Peradilan Perdata Teknis Menangani Perkara di Pengadilan*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2011), 1.

untuk menuntut hak atau memaksa pihak lain untuk melaksanakan tugas atau kewajibannya, guna memulihkan kerugian yang diderita oleh penggugat melalui putusan pengadilan.

Dalam ilmu hukum dikenal beberapa kategori dalam hal ganti rugi diantaranya[39] :

a. Ganti rugi nominal, yaitu ganti rugi berupa pemberian sejumlah uang, meskipun kerugian sebenarnya tidak bisa dihitung dengan uang, bahkan bisa jadi tidak ada kerugian materiil sama sekali.
b. Ganti rugi penghukuman, yaitu suatu ganti rugi dalam jumlah besar yang melebihi dari jumlah kerugian yang sebenarnya, ganti rugi itu dimaksudkan sebagai hukuman bagi si pelaku.
c. Ganti rugi aktual, yaitu ganti rugi yang didasarkan atas kerugian yang benar-benar diderita secara aktual dan dapat dihitung dengan mudah sampai ke nilai rupiah.
d. Ganti rugi campur aduk, yaitu suatu variasi dari berbagai bentuk taktik dimana pihak kreditur berusaha untuk memperbesar haknya jika pihak debitur wanprestasi dan mengurangi/menghapuskan kewajibanya jika digugat oleh pihak lain dalam kontrak tersebut.

Adapun merek merupakan wujud dari karya intelektual yang memiliki peranan sangat penting dalam bidang perdagangan atau jasa.

[39] Susanti Adi Nugroho, *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia Dalam Teori dan Praktik serta Penerapan Hukumnya* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group 2012), 568.

Merek memiliki dua macam jenis yaitu merek dagang dan merek jasa. Merek dagang yaitu merek yang dipergunakan pada barang yang akan di jual belikan oleh seseorang untuk membedakan barang sejenis lainnya, sedangkan merek jasa yaitu merek yang akan akan digunakan pada jasa yang akan diperdagangkan oleh seseorang untuk membedakan jasa sejenis lainnya.

Apabila suatu merek yang memiliki persamaan secara keseluruhan (*identical marks*) terhadap merek yang sudah terdaftar dan terkenal telah dilindungi terlebih dahulu yang perbuatannya dapat dikatakan sebagai pemalsuan merek[40]. Maka dari itu suatu merek harus memiliki daya pembeda pada setiap produknya dengan produk merek yang lain karena tidak hanya untuk perlindungannya saja dan juga untuk daya pembeda dengan merek yang lain, terutama untuk merek terkenal (*well – known marks*).

Adapun penyelesaian sengketa gugatan atas pelanggaran merek di pengadilan niaga sesuai dengan ketentuan-ketentuan hukum yang berlaku sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, Pasal 83 dan Pasal 84, maka ada beberapa hal penting yang perlu diketahui yaitu:

[40] Rahmi Jened, *Hukum Merek Trademark Law Dalam Era Global dan Integrasi Ekonomi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2015), 178.

a. Terhadap pihak lain yang secara tanpa hak menggunakan merek, maka Pemilik Merek terdaftar dan/atau penerima Lisensi Merek terdaftar dapat mengajukan gugatan ke pengadilan niaga dengan bukti pihak lain telah menggunakan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya untuk barang dan/atau jasa yang sejenis dari pemilik merek terdaftar dan/atau penerima Lisensi Merek terdaftar;
b. Gugatan yang diajukan berupa ganti rugi; dan/atau penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek tersebut;
c. Gugatan dapat pula diajukan oleh pemilik merek terkenal berdasarkan putusan pengadilan;
d. Gugatan diajukan kepada Pengadilan Niaga;
e. Pemilik merek dan/atau penerima Lisensi selaku penggugat dapat mengajukan permohonan kepada hakim untuk menghentikan kegiatan produksi, peredaran, dan/atau perdagangan barang dan/atau jasa yang menggunakan merek tersebut secara tanpa hak selama masih dalam pemeriksaan dan untuk mencegah kerugian yang lebih besar;
f. Hakim dapat memerintahkan penyerahan barang atau nilai barang tersebut dilaksanakan setelah putusan pengadilan mempunyai kekuatan hukum tetap. Dalam hal tergugat dituntut menyerahkan barang yang menggunakan merek secara tanpa hak.

2. Mekanisme Pengajuan Gugatan Ganti Rugi atas Pelanggaran Merek

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis telah mengatur mengenai Tata Cara Gugatan pada Pengadilan Niaga, sebagaimana dinyatakan dalam BAB XV tentang Penyelesaian Sengketa khususnya dalam Bagian Kedua tentang Tata Cara Gugatan pada Pengadilan Niaga dalam Pasal 85, Pasal 86, dan Bagian Ketiga tentang Kasasi dalam Pasal 87, Pasal 88, Pasal 89 dan Pasal 90.

Gugatan pelanggaran merek dapat diajukan oleh pemilik merek apabila mereknya dipergunakan oleh pihak lain tanpa ijin dari pemilik merek tersebut, gugatan tersebut dapat dikatakan sebagi pelanggaran merek karena pihak pemalsu merek tersebut mempergunakan merek yang mengandung persamaan pada pokoknya atau pada keseluruhannya.[41] Gugatan tersebut dapat diajukan pada Pengadilan Niaga saat ini Pengadilan Niaga terdapat dilima kota besar yaitu Jakarta, Medan, Surabaya, Makasar, dan Semarang.

Gugatan ganti kerugian dan/atau penghentian perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek secara tanpa hak tersebut memang sudah sewajarnya, karena tindakan tersebut sangat merugikan pemilik

[41] Haedah Faradz, "Perlindungan Hak Atas Merek", *Jurnal Dinamika Hukum* Vol. 8, No. 1 (2008): 41 http://dinamikahukum.fh.unsoed.ac.id/index.php/JDH/article/view/27/207

merek yang sah. Kerugian yang secara langsung terasa adalah kerugian ekonomi, tetapi selain itu juga dapat merusak reputasi merek tersebut terlebih apabila barang atau jasa yang menggunakan merek secara tanpa hak tersebut kualitasnya lebih rendah daripada produk barang dan jasa pemilik merek yang sah[42]. Gugatan merek diajukan ke Pengadilan Niaga dalam wilayah hukum tempat tinggal atau domisili tergugat. Adapun mekanisme penyelesaian gugatan merek seperti alur perkara gugatan perdata biasa. Alurnya dimulai dari pendaftaran gugatan oleh pemilik merek terdaftar dan/atau penerima lisensi merek terdaftar. Pihak tergugat adalah pihak yang secara tanpa hak menggunakan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya untuk barang dan/atau jasa yang sejenis. Melalui gugatan ke pengadilan niaga, si pemilik merek terdaftar dan/atau penerima lisensi merek terdaftar dapat menuntut ganti rugi dan/atau penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek tersebut.

Setelah pendaftaran, tahap selanjutnya adalah pemberitahuan gugatan oleh panitera kepada ketua pengadilan serta penunjukan majelis hakim yang kemudian diikuti dengan pemanggilan para pihak. Total waktu yang disediakan sejak pendaftaran gugatan sampai dengan pemanggilan para pihak adalah tujuh hari. Total durasi persidangan sengketa merek yang ditetapkan oleh undang-undang adalah paling lama

[42] R. Eddy Haryadi, "Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Merek Terhadap Pelanggaran Merek Menurut UU Merek Indonesia", *Yuriska: Jurnal Ilmiah Hukum*, Vol. 2, No. 1 (2017): 126 https://repository.ugm.ac.id/id/eprint/62793

90 hari dan dapat diperpanjang hingga paling lama 30 hari atas persetujuan Ketua Mahkamah Agung (MA).

Apabila putusan telah dibacakan oleh majelis hakim pengadilan niaga, para pihak memiliki kesempatan untuk melakukan upaya hukum kasasi pada Mahkamah Agung (MA). Pihak yang hendak mengajukan kasasi memiliki jangka waktu paling lambat 14 hari sejak putusan diucapkan atau diberitahukan kepada para pihak untuk melakukan pendaftaran ke panitera pengadilan niaga. Setelah mendaftar, paling lama 14 hari kemudian pemohon kasasi harus menyampaikan memori kasasi ke panitera. Lalu, termohon kasasi memiliki kesempatan untuk menanggapi dengan kontra memori kasasi dalam jangka waktu paling lama 14 hari sejak diterimanya memori kasasi. Total durasi pemeriksaan kasasi di Mahkamah Agung (MA) paling lama 90 hari. Atas putusan kasasi, pihak yang tidak puas dapat mengajukan upaya hukum peninjauan kembali. Lazimnya sebuah putusan pengadilan, putusan terkait sengketa merek dapat dieksekusi jika telah berkekuatan hukum tetap[43]. Hal ini terjadi jika para pihak yang bersengketa tidak melakukan upaya hukum atau segala upaya hukum yang ditetapkan oleh undang-undang telah ditempuh.

[43] Novita Permata Sari dan Ni Luh Gede Astariyani, ”Pengajuan Gugatan Ganti Rugi Merek Terkenal Berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016”, *E-Journal Ilmu Hukum Kertha Wicara*, Vol. 8 No. 3 (2019): 9 – 10 https://ojs.unud.ac.id/index.php/kerthawicara/article/view/50510.

C. Konsep Hak Milik dalam Hukum Islam

1. Pengertian Hak Milik dalam Islam

Secara istilah hak milik terdiri dari dua kata, yaitu: hak dan milik. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), hak diartikan sebagai sesuatu yang benar, milik, kewenangan, dan kekuasaan seseorang untuk berbuat sesuatu karena sudah diatur undang-undang atau peraturan, sedangkan milik diartikan sebagai kepunyaan; hak; peruntungan; nasib baik. Secara etimologi, kata "hak" berasal dari bahasa arab yang artinya "sesuatu yang tetap". Adapun kata milik dalam Islam dikenal dengan nama *al-milkiyah* yang secara etimologi berarti kepemilikan, yakni sesuatu yang dimiliki dan dapat dimanfaatkan oleh seseorang. Pengertian lain *al-milk* adalah pemilikan atas sesuatu (*al-mal* atau harta benda) dan kewenangan seseorang bertindak bebas terhadapnya.

Pengertian hak dalam istilah menurut ulama' ahli ushul sama dengan arti hukum, yaitu : "Sekumpulan kaidah dan nas yang mengatur atas dasar harus ditaati untuk mengatur hubungan manusia dengan manusia, baik mengenai orang maupun mengenai harta"[44]. Adapun milik adalah sebuah kekuasaan atas sesuatu yang dimiliki oleh seorang individu atau jama'ah dan tidak boleh dilanggar oleh pihak lainnya[45].

[44] Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah, Cet. ke-1* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), 33.
[45] Khairul Bahri Nasution, "Konsep Hak Milik Dalam Fiqh Islam (Analisis Filosofis Terhadap Pengaturan Kepemilikan Dalam Islam)", *Eksya* Vol.1 No. 2 (2020): 82 https://jurnal.stain-madina.ac.id/index.php/Islamiccircle/article/view/303/261

Dari definisi diatas, maka hak milik dipahami sebagai dimensi kepenguasaan seseorang terhadap sesuatu barang atau benda yang mana barang atau benda tersebut berada dalam genggamannya baik secara riil atau nyata maupun secara hukum, sehingga orang tersebut berhak mempergunakannya menurut kehendaknya dan tidak ada orang lain, baik itu berupa perorangan maupun lembaga yang dapat menghalanginya dalam memanfaatkan barang miliknya tersebut.

Dalam Islam, hak milik adalah pengkhususan terhadap suatu benda yang memungkinkannya untuk bertindak hukum terhadap benda tersebut sesuai dengan keinginannya selama tidak ada halangan syara' serta menghalangi orang lain untuk bertindak hukum terhadap benda tersebut. Artinya, benda yang dikhususkan kepada seseorang sepenuhnya berada dalam penguasaannya. Sehingga orang lain tidak bisa bertindak dan memanfaatkannya [46] . Pemilik harta tersebut bebas untuk bertindak hukum terhadap hartanya, seperti jual beli, hibah, wakaf dan meminjamkannya kepada orang lain, selama tidak ada halangan dari syara'[47]. Contoh halangan syara' misalnya orang tersebut belum cakap bertindak hukum (seperti anak kecil dan orang gila) atau kecakapan

[46] Yusdani, "Sumber Hak Milik dalam Perspektif Hukum Islam", *Al Mawarid*, Vol. IX (2003): 59 https://media.neliti.com/media/publications/25985-EN-sumber-hak-milik-dalam-perspektif-hukum -Islam.pdf

[47] Hendi Suhendi, *Fiqh Muamala*h, *Cet. ke-1* (Jakarta : Raja Grafindo Perkasa, 2002), hlm. 32 - 33.

hukumnya hilang (seperti jatuh pailit) sehingga dalam hal-hal tertentu dia tidak dapat bertindak hukum terhadap milik sendiri[48].

2. Macam-Macam Hak Milik dalam Islam

a. Kepemilikan Pribadi/Individu (*Private Ownership*)

Istilah kepemilikan pribadi (*Private Ownership*) ini merujuk kepada jenis kepemilikan dimana seseorang individu atau pihak tertentu berhak menguasai suatu properti secara eksklusif dan berhak mencegah individu atau pihak lain dari menikmati manfaat dalam bentuk apapun dari properti tersebut kecuali apabila ada suatu keadaan yang menghendakinya[49]. Hak milik individu adalah hak seseorang yang diakui syariah. Dengan hak itu seseorang boleh memiliki kekayaan yang bergerak maupun yang tidak bergerak. Hak ini dilindungi dan dibatasi oleh hukum syariah dan adanya kontrol. Dalam buku yang berjudul Hadis-hadis Ekonomi karya Isnaini Harahap, dkk. diuraikan sebab-sebab dari suatu kepemilikan Individu diantaranya adalah sebagai berikut[50] :

1) *Ihrazul Mubahat* (penguasaan harta bebas), yaitu cara pemilikan melalui penguasaan terhadap harta yang belum dukuasai atau

[48] Yusdani, "Sumber Hak Milik dalam Perspektif Hukum Islam", *Al Mawarid*, Vol. IX (2003): 59 https://media.neliti.com/media/publications/25985-EN-sumber-hak-milik-dalam-perspektif-hukum -Islam.pdf

[49] Khairul Bahri Nasution, "Konsep Hak Milik Dalam Fiqh Islam (Analisis Filosofis Terhadap Pengaturan Kepemilikan Dalam Islam)", *Eksya*, Vol. 2 No. 1 (2021): 86 https://jurnal.stain-madina.ac.id/index.php/Islamiccircle/article/view/303/261

[50] Isnani Harahap, dkk, *Hadis-hadis Ekonomi*, Cet. 1, (Jakarta: Kencana, 2015), 38.

dimiliki pihak lain. Harta mubahat contohnya tanah mati, ikan dilaut, hewan dan pohon di hutan yang tidak ada pemiliknya.

2) *Tawaallud* (berkembang biak), yaitu sesuatu yang dihasilakan dari sesuatu yang lainya. Harta benda yang bersifat produktif atau benda bergerak yang dapat yang menghasilkan sesuatu yang lain atau baru seperti binatang yang dapat bertelur, beranak menghasilkan susu dan kebun yang dapat menghasilkan buah dan bunga.

3) *Al-khalafiyah*, yaitu penggantian seseorang atau sesuatu yang baru menempati posisi pemilikan yang lama. Seperti pewarisan dan pertanggungan ketika seseorang merusak atau menghilangkan barang orang lain.

4) *Aqad*, yaitu dengan adanya ikatan antara *ijab* dan *qabul* sesuai dengan kentuan syarah yang menimbulkan pengaruh terhadap objek akad. Akad merupakan sebab kepemilikan yang paling kuat dan berlaku laus dalam kehidupan manusia yang membutuhkan distribusi kekayaan.

b. Kepemilikan Umum/Publik (*Public Ownership*)

Kepemilikan umum atau kepemilikan publik (*public ownership*) adalah kebolehan hukum syara' (*asy-syar'i)* kepada suatu komunitas atau masyarakat untuk sama-sama memanfaatkan benda atau barang dimana benda-benda yang termasuk dalam kategori kepemilikan umum adalah benda-benda yang telah dinyatakan oleh *asy-Syari'i*

yang memang diperuntuhkan bagi suatu komunitas masyarakat dan *asy-Syar'i* melarang benda tersebut dikuasai oleh hanya seorang saja[51]. Berdasarkan hal itu, harta kepemilikan umum dapat diartikan sebagai harta kepemilikan bersama, dengan artian dalam harta kepemilikan umum tersebut tidak ada status kepemilikan pribadi atau kepemilikan negara, tetapi kepemilikan secara umum sosial masyarakat dapat dimanfaatkan keberadaannya secara bersama-sama.

Abdurahman al-Maliki dalam bukunya yang berjudul Politik Ekonomi Islam, menjelaskan bahwa syariat telah membatasi harta benda yang menjadi milik umum, yaitu harta benda yang tidak sah menjadi milik individu karena tiga hal yaitu[52] :

1) Barang tambang yang jumlahnya tidak terbatas;
2) Sumberdaya alam yang sifat pembentukanya menghalangi untuk dimiliki oleh individu secara perorangan;
3) Harta benda yang merupakan fasilitas umum, jika tidak ada didalam suatu negeri, suku atau komunitas maka akan berpotensi sengketa dalam mencarinya.

[51] Khairul Bahri Nasution, "Konsep Hak Milik Dalam Fiqh Islam (Analisis Filosofis Terhadap Pengaturan Kepemilikan dalam Islam)", *Eksya*, Vol. 2 No. 1 (2021): 87 https://jurnal.stain-madina.ac.id/index.php/Islamiccircle/article/view/303/261
[52] Abdurrahman Al-Maliki, *Politik Ekonomi Islam*, (Bogor: Al-Azhar Press, 2009), 82.

c. Kepemilikan Negara (*state ownership*)

Hakikat Pemilik dari segala sesuatu yang ada di langit, bumi dan seisinya adalah Allah SWT, sedangkan manusia diberi amanah untuk mengelolanya. Namun untuk menjamin keadilan, yakni supaya tidak ada proses pendzaliman segolongan orang terhadap segolongan yang lain, maka cabang-cabang produksi yang penting dan yang berkaitan dengan hajat orang banyak mesti dikuasai dan dikelolah oleh negara.

Kepemilikan negara (*state ownership*) adalah hak penguasaan atas properti milik pemegang mandat ilahiah negara, yaitu imam (pemimpin). Harta-harta yang termasuk milik negara adalah kekuasaan yang dimiliki oleh negara untuk mengelolah harta-harta milik negara seperti *fa'i, kharaj, jizyah* dan sebagainya. Berdasarkan penjelasan tersebut yang dimaksud dengan kepemilikan negara adalah suatu ketetapan syariat, terhadap jenis barang tertentu untuk dapat dikuasai dan dikelolah oleh negara dalam rangka kemaslahatan bersama, individu, masyarakat dan negara[53]. Kepemilikan negara telah dilegitimasi oleh syar'i, untuk menjalankan roda pemerintahan, oleh karena negara-negara membutuhkan hak kepemilikan, untuk memperoleh penghasilan dalam melaksanakan kewajiban-

[53] Khairul Bahri Nasution, "Konsep Hak Milik Dalam Fiqh Islam (Analisis Filosofis Terhadap Pengaturan Kepemilikan Dalam Islam)", *Eksya*, Vol. 2 No. 1 (2021): 88 https://jurnal.stain-madina.ac.id/index.php/Islamiccircle/article/view/303/261

kewajibanya, contohnya untuk menyelenggarakan pendidikan, memelihara keadilan, hukum yang keseluruhanya untuk melindungi kepentingan materiil dan spritual penduduknya[54].

3. Nilai Filosofis Pengaturan Kepemilikan dalam Islam

Dari ketentuan syariat islam terkait suatu sebab atau cara memperoleh atas suatu bentuk kepemilikan, maka terkandung beberapa nilai filosofis, adapun yang dimaksud dengan nilai-nilai filosofis adalah nilai-nilai yang mendalam yang dijadikan sebagai suatu pandangan hidup, berikut ini adalah nilai filosofis yang terkandung dari ketentuan syariat islam terkait suatu sebab atau cara memperoleh atas suatu bentuk kepemilikan, antara lain meliputi[55] :

a) Nilai Rahmat (Kemurahan)

Diperbolehkannya seseorang memiliki sesuatu yang mubah, seperti air, rumput, pepohonan di hutan, binatang buruan dan lain-lain, dengan syarat sesuatu itu tidak berada dalam pemilikan/kekuasaan orang lain serta maksud untuk memiliki sesuatu tersebut, menunjukkan begitu besar kemurahan Allah SWT kepada manusia yang dengan pemilikan secara mudah tanpa ganti rugi itu menjadikannya memiliki kemudahan didalam memenuhi

[54] Didin Hafidhuddin, *Agar Harta Berkah dan Bertambah, Cet. 1* (Jakarta: Gema Insani Press, 2007), 23.
[55] Khairul Bahri Nasution, "Konsep Hak Milik Dalam Fiqh Islam (Analisis Filosofis Terhadap Pengaturan Kepemilikan Dalam Islam)", *Eksya*, Vol. 2 No. 1 (2021): 89 https://jurnal.stain-madina.ac.id/index.php/Islamiccircle/article/view/303/261

kepentingan hidup serta menunjukkan perannya sebagai khalifah sekaligus sebagai hamba Allah SWT. Lebih dari itu, kebolehannya menempuh cara kepemilikan seperti ini merupakan pengejawantahan Islam sebagai agama *rahmatan lil 'alamin*.

b) Nilai Penghargaan, Kepastian dan Kerelaan

Akad/transaksi dikategorikan sebagai suatu cara memperoleh hak milik menurut Islam. Dalam akad terdapat suatu atau lebih pihak yang melakukan perjanjian, masing-masing pihak dihargai memiliki posisi yang sama, masing-masing memiliki sesuatu yang bernilai sejak awal yang sama-sama dihargai dalam akad, hal ini mencerminkan bahwa dalam ketentuan Islam terkandung nilai penghargaan terhadap setiap kepemilikan. Selanjutnya didalam akad yang terdapat persyaratan ijab dan qabul dan syarat-syarat lain menunjukkan adanya nilai kepastian hukum dalam kepemilikan serta nilai kerelaan.

c) Nilai Tanggungjawab dan Jaminan Kesejahteraan Masyarakat

Salah satu cara yang diatur Islam untuk memperoleh pemilikan adalah melalui kewarisan. Hak mewarisi bagi waris sangat kuat posisinya, muwaris harus memperhatikan nasib warisnya. Hal ini mencerminkan nilai jaminan/komitmen Islam pada kesejahteraan keluarga lewat pengaturan kepemilikan.

BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Data Putusan Nomor 30/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst

a. Jenis Perkara : Gugatan ganti rugi atas pelanggaran Merek “STRONG” Kelas 3, Daftar Nomor IDM000258478berdasarkan Pasal 83 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis;

b. Pihak Penggugat : Hardwood Private Limited, beralamat di 80 Robinson Road #17-02 Singapore 68898, diwakili oleh Ng Chee Wooi Michael, selaku Direktur, dalam hal ini memberikan Kuasa Khusus kepada Insan Budi Maulana, Ananda Ramadhan Maulana, Rizkyamanda Rani, Arya Wirawan, Andhika Putera, para Advokat dan Asisten Advokat pada Maulana and Partners Law Firm, yang berkantor di Mayapada Tower, Lantai 5, Jalan Jenderal Sudirman Kavling 28, Jakarta 12920, berdasarkan Surat Kuasa Khusus tanggal 5 Maret 2020;

c. Pihak Tergugat : PT. Unilever Indonesia, Tbk., suatu badan hukum yang didirikan berdasarkan hukum Negara Republik Indonesia, beralamat di Graha Unilever, Jl. BSD Boulevard Barat Green Office Park Kavling 3, BSD City, Tangerang, 15345;

d. Tingkat Proses : Tingkat Pertama;

e. Klasifikasi Perkara : Perdata Khusus Merek;

f. Tahun : 2020;

g. Tanggal Register Perkara : 29 Mei 2020;

h. Lembaga Peradilan : Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat;

i. Nama Hakim Ketua : Albertus Usada, S.H., M.H.;

j. Nama Hakim Anggota : Agung Suhendro, S.H., M.H., Dulhusin, S.H., M.H.;

k. Nama Panitera : Andre, S.H.;

l. Amar Putusan : Kabul;

m. Pertimbangan Hukum Hakim

1) Tentang Pemilik Merek Terdaftar dan Pendaftar Pertama Merek Terdaftar (First to File System), menimbang bahwa berdasarkan ketentuan Pasal 3 jo. Pasal 1 butir angka 5 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis maupun Fakta Hukum tersebut di atas, Majelis Hakim menyimpulkan sebagai pendapat hukum (summa summarum) bahwa Penggugat Hardwood Private Limited (Hardwood PTE LTD) adalah Pemilik Merek Terdaftar, yaitu Merek STRONG Nomor Pendaftaran IDM000258478, Merek FORMULA STRONG Nomor Pendaftaran IDM000258479, Merek STRONG PROTECTOR Nomor Pendaftaran IDM000447796 untuk jenis barang Kelas 3 berupa Pasta Gigi dan sebagai Pendaftar Pertama

Merek Terdaftar (first to file system) sejak Tanggal Pendaftaran (filing date) 13 Juli 2010dan berikut Perpanjangan Jangka Waktu Perlindungan Merek Terdaftar yang berlaku sampai dengan nanti tanggal 9 Juli 2028 sebagaimana dimaksud ketentuan Pasal 35 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis;

2) Tentang Merek Terkenal (Well-Known Mark) menimbang, bahwa berdasarkan segenap alasan dan pertimbangan hukum a quo, Majelis Hakim telah cukup alasan dan pertimbangan (voldoende gemotiveerd) untuk mengabulkan petitum gugatan butir angka 2 gugatan Penggugat in casumenyatakan merek terdaftar STRONG Daftar Nomor IDM000258478 Kelas 3 milik Penggugat adalah merek terkenal (well-known mark);

3) Tentang "Persamaan pada pokoknya atau Keseluruhannya, menimbang bahwa Merek Terdaftar "STRONG" Daftar Nomor IDM000258478 Kelas 3adalah terbukti milik Penggugat, dan Penggugat terbukti sebagai Pemilik Merek Terdaftar "STRONG" tersebut berikut empat produk variannya, yaitu "FORMULA STRONG", "FORMULA STRONG PROTECTOR", 'FORMULA STRONG PROTECTION" dan "FORMULA STRONG HERBAL", maka Penggugat telah mampu membuktikan bahwa merek kata atau bunyi "STRONG" sebagai Merek Terdaftar milik Penggugat yang mampu menegakkan daya

pembeda (*distinctive power*) yang jelas dan kuat, sehingga secara kasuistis dalam perkara ini harus ditegakkan asas praduga sama (*presumption of similarity*) dan praduga membingungkan (*presumption of confusion*) untuk melindungi konsumen berdasarkan instrumen hukum internasional ketentuan Pasal 6 bis TRIP's terhadap produk barang "PEPSODENT STRONG 12 JAM" jenis pasta gigi milik Tergugat tersebut adalah terdapat persamaan pada pokoknya dan mirip sekali (nearly resemble) serta sudah terwujud kesamaan dalam bentuk tanda atau bunyi yang sama untuk jenis barang yang sama (identical sign or sound for identical good) dengan produk barang sejenis pasta gigi dengan merek terdaftar "STRONG" Kelas 3Daftar Nomor IDM000258478 milik Penggugat dan empat merek variannya a quo;

4) Tentang "Ganti Rugi dan Pelanggaran Penggunaan Merek Terdaftar, menimbang bahwa petitum Penggugat butir angka 5 tentang besaran jumlah ganti kerugian adalah sejumlah Rp108.040.382.324,00 (seratus delapan miliar empat puluh juta tiga ratus delapan puluh dua tiga ratus dua puluh empat rupiah) yang meliputi kerugian materiil dan kerugian immateriil sebagaimana tersebut di atas.

n. Isi/Amar Putusan

1) Mengabulkan gugatan Penggugat seluruhnya;

2) Menyatakan Merek “STRONG” Daftar Nomor IDM000258478, Kelas 3 milik Penggugat adalah merek terkenal di Negara Republik Indonesia;
3) Menyatakan pasta gigi Tergugat yang menggunakan Merek “STRONG” adalah serupa dan memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek “STRONG”,Daftar Nomor IDM000258478, Kelas 3 milik Penggugat;
4) Menyatakan Tergugat sejak tahun 2019 sampai dengan sekarang telah melanggar Merek “STRONG”, Daftar Nomor IDM000258478, Kelas 3 milik Penggugat;
5) Menghukum Tergugat untuk membayar ganti rugi kepada Penggugat sejumlah Rp30.000.000.000,00 (tiga puluh miliar rupiah);
6) Menghukum Tergugat untuk membayar biaya perkara sejumlah Rp1.401.000,00 (satu juta empat ratus satu ribu rupiah);

o. Tanggal Musyawarah Putusan : 5 Nopember 2020;
p. Tanggal Dibacakan Putusan : 18 Nopember 2020;

B. Pembahasan

1. Analisis kesesuaian pertimbangan hakim atas pemaknaan "persamaan pada pokoknya" terhadap merek terkenal "STRONG" dalam Putusan Nomor 30/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst dihubungkan dengan ketentuan Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 12 Tahun 2021 tentang Pendaftaran Merek

Pejabat yang melaksanakan tugas Kekuasaan Kehakiman adalah hakim. secara organisatoris, hakim adalah bagian dari subsistem lembaga peradilan, yaitu sebagai pejabat yang melaksanakan kekuasaan kehakiman, sehingga kebebasan hakim harus selalu berada dalam koridor kemerdekaan lembaga kekuasaan kehakiman sebagaimana ditentukan dalam Pasal 3 Undang-Undang No. 48 Tahun 2009 yang menyatakan bahwa, dalam menjalankan tugas dan fungsinya, hakim wajib menjaga kemandirian peradilan[56].

Dalam buku Hukum Acara Perdata karya Sudikno Mertokusumo, merumuskan bahwa pengertian putusan hakim adalah suatu pernyataan yang oleh hakim, sebagai pejabat yang diberi wewenang itu, diucapkan di persidangan, dan bertujuan mengakhiri atau menyelesaikan suatu perkara atau sengketa antara para pihak[57]. Putusan hakim mempunyai peranan penting dan nilai lebih bagi masyarakat yang mencari perlindungan hukum

[56] Firman Floranta Adonara, "Prinsip Kebebasan Hakim dalam Memutus Perkara Sebagai Amanat Konstitusi," *Jurnal Konstitusi*, Volume 12, Nomor 2, (2015): 221 – 222 https://media.neliti.com/media/publications/110883-ID-prinsip-kebebasan-hakim-dalam-memutus-pe.pdf

[57] Sudikno Mertokusumo, *Hukum Acara Perdata Indonesia*, (Yogjakarta: Liberty, 2009), 174.

serta diwajibkan harus adil dalam tindakan dan tentunya tidak memihak dari salah satu pihak agar tidak merugikan. Putusan hakim pada umumya merupakan suatu karya menemukan hukum artinya menetapkan bagaimana seharusnya menurut hakim dalam setiap peristiwa yang menyangkut kehidupan dalam suatu Negara hukum. Putusan yang dilakukan Hakim merupakan suatu proses yang kompleks dan sulit, sehingga memerlukan pelatihan pengalaman, dan kebijaksanaan. Sesuai dengan Pasal 50 Undang-Undang No. 48 tahun 2009 tentang kekuasan kehakiman menyatakan bahwa[58] :

1. Putusan Pengadilan selain harus memuat alasan dan dasar putusan, juga memuat pasal tertentu dari peraturan perundang-undangan yang bersangkutan atau sumber hukum tak tertulis yang dijadikan dasar untuk mengadili.
2. Tiap putusan pengadilan harus ditandatangani oleh ketua serta hakim yang memutuskan dan panitera yang ikut serta bersidang.

Kasus gugatan ganti rugi atas pelanggaran merek "STRONG" pada merek kelas 3 antara Hardwood Private Limited melawan PT. Unilever Indonesia, Tbk. merupakan kasus yang dipilih peneliti atas gugatan ganti rugi yang dikabulkan berdasarkan putusan yang diputus dalam sidang permusyawaratan Majelis Hakim Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat yang memeriksa dan mengadili perkara gugatan Hak

[58] Pasal 50 Undang-Undang Nomor 48 Tahun 2009 tentang Kekuasaan Kehakiman.

Kekayaan Intelektual Merek tingkat pertama pada hari Kamis, tanggal 5 November 2020 dimana Albertus Usada, S.H., M.H. selaku Hakim Ketua, Dulhusin, S.H., M.H. dan Agung Suhendro, S.H., M.H. yang masing-masing sebagai Hakim Anggota berdasarkan Surat Penetapan Ketua Pengadilan Negeri Jakarta Pusat Nomor 30/Pdt.Sus-Merek/2020/ PN.Niaga.Jkt.Pst tanggal 9 Juni 2020. Adapun putusan tersebut diucapkan pada hari Rabu, tanggal 18 November 2020 dalam persidangan terbuka untuk umum oleh Hakim Ketua dengan dihadiri oleh para Hakim Anggota tersebut, Andre, S.H. sebagai Panitera Pengganti, serta Kuasa Hukum Penggugat dan Kuasa Hukum Tergugat.

Adapun analisa yang dilakukan penulis adalah terkait kesesuaian antara salah satu pertimbangan yang digunakan oleh majelis hakim, yakni tentang "unsur persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya" dihubungkan dengan Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia (Permenkumham) nomor 12 tahun 2021 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Hukum Dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 Tahun 2016 Tentang Pendaftaran Merek yang merupakan aturan penjelasan atas Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Adapun peraturan yang digunakan oleh penulis dalam menganalisis kasus tersebut adalah Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia (Permenkumham) nomor 12 tahun 2021 tentang Pendaftaran Merek. Seperti yang diketahui bahwa putusan pengadilan yang akan dianalisis

oleh penulis dengan Nomor 30/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst tersebut disahkan pada tanggal 9 Juni 2020 dan berlaku setelah diucapkan oleh majelis hakim pada tanggal 18 November 2020. Penulis menyadari bahwa peraturan yang digunakan untuk menganalisis adalah peraturan terbaru yang baru disahkan dan diundangkan pada tanggal 3 Februari 2021. Hakikatnya Peraturan Menteri sebagai peraturan perundang-undangan delegasian (*delegated legislation*) dari suatu undang-undang pada prinsipnya mengatur lebih lanjut materi yang diatur dalam undang-undang yang mendelegasikannya[59], yang dalam hal ini adalah Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Dalam Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia (Permenkumham) nomor 12 tahun 2021 tentang Pendaftaran merek terdapat beberapa ketentuan yang telah diubah dari Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 2134). Penulis berpendapat bahwa hal ini sesuai dengan asas hukum yang berbunyi *Lex posterior derogat legi priori* atau *Lex posterior derogat legi anteriori*, yang berarti peraturan yang lebih baru mengenyampingkan peraturan yang lama[60]. Sehingga harapannya hasil dari penelitian ini akan

[59] Bilal Dewansyah, "Undang-Undang Dicabut, Apakah Peraturan Pelaksanaannya Masih Berlaku?," *Hukumonline.com,* 26 Mei 2014 diakses pada 22 Agustus 2021, https://www.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/lt5330cceab87f6/undang-undang-dicabut--apakah-peraturan-pelaksanaan nya-masih-berlaku

[60] Lukman Santoso dan Yahyanto, *Pengantar Ilmu Hukum,* (Malang: Setara Press, 2016), 157.

berguna sebagai referensi dan evaluasi kedepan jika terdapat kasus serupa yang kembali terulang.

Bermulanya kasus yang akan dibahas oleh penulis, yakni ketika pihak Hardwood Private Limited, yang merupakan perusahaan asal Singapura dan merupakan perusahaan induk dari Orang Tua, merasa keberatan atas salah satu produk dengan pemakaian nama "PEPSODENT STRONG" yang digunakan oleh pihak tergugat, yakni PT. Unilever Indonesia, Tbk. karena produk miliknya, yaitu "FORMULA STRONG" sudah didaftarkan terlebih dahulu di Ditjen Hak Kekayaan Intelektual dengan nomor IDM000258478. Dalam surat gugatannya tanggal 28 Mei 2020 yang diterima dan didaftarkan di Kepaniteraan Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat pada tanggal 29 Mei 2020 dibawah Register Nomor 30/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst, pihak Hardwood Private Limited, sebagai pemegang merek pasta gigi "FORMULA STRONG" mempermasalahkan dan menggugat kata "STRONG" dalam merek pasta gigi "PEPSODENT STRONG 12 JAM" karena dinilai ada unsur persamaan pada pokoknya dengan beberapa produknya yang juga menggunakan kata "STRONG". Hardwood Private Limited juga menilai produknya terlebih dulu mendaftarkan kata "STRONG" untuk produk pasta gigi "FORMULA STRONG" kepada Ditjen Hak Kekayaan Intelektual. Hardwood Private Limited mendaftarkan merek "FORMULA STRONG" yang terdaftar IDM000258478 kelas 3 yaitu pasta gigi, sediaan-sediaan untuk

membersihkan gigi palsu, obat gosok gigi, obat kumur bukan untuk keperluan medis, larutan kumur bukan untuk keperluan medis. Produk yang dipasarkan terdiri dari merek "FORMULA STRONG", "FORMULA STRONG PROTECTION", "STRONG PROTECTION", dan "FORMULA STRONG HERBAL". Dalam gugatan ganti ruginya, pihak Hardwood Private Limited meminta agar Pengadilan Negeri Jakarta Pusat menjatuhkan denda materil kepada yakni PT. Unilever Indonesia, Tbk. Rp 108 miliar dengan rincian Rp. 33 miliar kerugian materiil dan Rp. 75 miliar berupa kerugian immateril.

Dalam Putusan Nomor 30/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst, yang menjadi dasar dari salah satu pertimbangan hukum yang digunakan oleh Majelis Hakim Pengadilan Niaga Jakarta pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat dalam mengabulkan gugatan seluruhnya dari Hardwood Private Limited selaku pihak penggugat adalah terkait "persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya". Adapun amar dari pokok perkara putusan tersebut berbunyi sebagai berikut :

1. Mengabulkan gugatan Penggugat seluruhnya;
2. Menyatakan Merek "STRONG" Daftar Nomor IDM000258478, Kelas 3 milik Penggugat adalah merek terkenal di Negara Republik Indonesia;
3. Menyatakan pasta gigi Tergugat yang menggunakan Merek "STRONG" adalah serupa dan memiliki persamaan pada pokoknya

dengan merek “STRONG”, Daftar Nomor IDM000258478, Kelas 3 milik Penggugat;

4. Menyatakan Tergugat sejak tahun 2019 sampai dengan sekarang telah melanggar Merek “STRONG”, Daftar Nomor IDM000258478, Kelas 3 milik Penggugat;
5. Menghukum Tergugat untuk membayar ganti rugi kepada Penggugat sejumlah Rp30.000.000.000,00 (tiga puluh miliar rupiah);
6. Menghukum Tergugat untuk membayar biaya perkara sejumlah Rp1.401.000,00 (satu juta empat ratus satu ribu rupiah);

Dalam terminologinya, merek pada dasarnya bertujuan untuk membantu konsumen dalam membedakan produk yang satu dengan produk lainnya[61]. Apabila sebuah merek tidak mempunyai daya pembeda tentu akan menyebabkan konsumen bingung untuk memilih produk yang satu dengan yang lainya[62]. Suatu merek harus memiliki kriteria pembeda diantara merek-merek yang lainnya. Apabila terdapat ciri-ciri kriteria yang sama dari merek milik orang lain yang telah didaftarkan lebih dahulu, maka untuk merek yang belum didaftarkan harus memiliki daya pembeda diantaranya berbeda dalam penamaan mereknya.

Menurut Rahmi Jened, dalam bukunya yang berjudul Hukum Merek Trademark Law Dalam Era Global dan Integrasi Ekonomi, disebutkan

[61] OK Saidin, *Aspek Hukum Kekayaan Intelektual*, (Jakarta,: PT Raja Grafindo Persada, 2004), 344.
[62] Syahriyah Semaun, “Perlindungan Hukum Terhadap Merek Perdagangan Barang dan Jasa,” *Jurnal Hukum Diktum*, Volume 14, Nomor 1, (2016): 109 https://media.neliti.com/media/publications/285465-perlindungan-hukum-terhadap-merek-perdag-0e435830.pdf

bahwa persamaan pada pokoknya adalah kemiripan yang disebabkan oleh adanya unsur-unsur yang menonjol antara merek yang satu dengan merek yang lain, yang dapat menimbulkan kesan adanya persamaan baik mengenai bentuk, cara penempatan, cara penulisan, atau kombinasi antara unsur-unsur ataupun persamaan bunyi ucapan atau persamaan arti yang terdapat dalam merek tersebut, yang dalam hal ini sebagai berikut :

1. *Mark need not be indetical* (merek tidak harus memiliki persamaan secara keseluruhan);
2. *Goods need not be competing* (barang dan jasa tidak harus bersaing);
3. *Need not confuse all consumers* (tidak harus membingungkan konsumen)[63].

Terkait persamaan pada keseluruhannya, penulis mengutip pernyataan, mengutip pernyataan M. Yahya Harahap dalam bukunya yang berjudul Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek di Indonesia Berdasarkan UU No. 19/1992, yang menyatakan bahwa "persamaan pada keseluruhan adalah persamaan seluruh elemen. Persamaan yang demikian sesuai dengan doktrin *entires similar* atau sama keseluruhan elemen"[64].

Untuk melihat suatu merek mempunyai persamaan pada pokoknya atau tidak, maka suatu merek dengan merek lainnya dapat dibandingkan

[63] Rahmi Jened, *Hukum Merek Trademark Law Dalam Era Global dan Integrasi Ekonomi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2015), 312.
[64] Yahya Harahap, *Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek di Indonesia Berdasarkan UU No. 19/1992*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1996), 41 – 47.

secara *side-by-side*[65]. Dengan cara ini lebih melihat tampilan secara utuh suatu merek. Oleh karena itu, unsur–unsur yang menonjol dan dominan dalam suatu merek menjadi sangat relevan dalam menentukan adanya persamaan. Adapun berikut adalah tabel perbandingan antara produk "STRONG" PT. Unilever Indonesia, Tbk. dengan Hardwood Private Limited yang sudah beredar luas di Pasaran Indonesia :

Tabel 2.

Perbandingan Produk dengan merek "STRONG" milik PT. Unilever Indonesia, Tbk. dengan Hardwood Private Limited

Produk **PT. Unilever Indonesia, Tbk.**	**Produk** **Hardwood Private Limited**
	

[65] Henry Soelistyo, *Bad faith Dalam Hukum Merek, Cet. II* (Yogyakarta: PT Maharsa Artha Mulia, 2017), 144.

		
		
		

Dalam ketentuan Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 12 Tahun 2021 tentang Pendaftaran Merek dalam Pasal 17 yang mana ketentuan tersebut tidak diubah sama sekali dengan ketentuan yang ada dalam Pasal 17 Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia

Republik Indonesia Nomor 67 Tahun 2016 Tentang Pendaftaran Merek, disebutkan bahwa sebagai berikut[66] :

1. Penilaian persamaan pada pokoknya sebagaimana dimaksud dalam Pasal 16 ayat (2) 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.
2. Kriteria penentuan barang dan/atau jasa sejenis sebagaimana dimaksud dalam Pasal 16 ayat (2) huruf a dan huruf b dapat berupa barang dengan barang, barang dengan jasa, atau jasa dengan jasa dengan ditentukan berdasarkan:
   a. sifat dari barang dan/atau jasa;
   b. tujuan dan metode penggunaan barang;
   c. komplementaritas barang dan/atau jasa;
   d. kompetisi barang dan/atau jasa;
   e. saluran distribusi barang dan/atau jasa;
   f. konsumen yang relevan; atau
   g. asal produksi barang dan/atau jasa.

[66] Pasal 17 Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 12 Tahun 2021 tentang Pendaftaran Merek.

Berdasarkan ketentuan yang masih berlaku diatas, maka sejak diputusnya putusan nomor 30/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst, sangat jelas bahwa "unsur yang dominan" adalah faktor utama untuk menentukan adanya persamaan pada pokoknya antara satu merek dengan merek lainnya, dan apabila "unsur yang dominan" telah ditentukan, tindakan yang selanjutnya dilakukan adalah menganalisa persamaan antara merek yang bersangkutan dengan merek pembandingnya.

Adapun hasil analisa dari tabel yang sudah dipaparkan penulis diatas, sudah jelas sekali tidak terdapat persamaan pada pokoknya antara beberapa produk penggugat yang menggunakan kata "STRONG" dengan merek "PEPSODENT STRONG 12 JAM" yang digunakan pada produk pepsodent tergugat. Penggunaan unsur kata "PEPSODENT" yang merupakan merek terdaftar milik PT. Unilever Indonesia, Tbk. yang menjadi unsur dominan dari merek "PEPSODENT STRONG 12 JAM". Sebagaimana terlihat pada etiket merek "PEPSODENT STRONG 12 JAM", jelas terlihat bahwa unsur "PEPSODENT" tersebut tercetak secara jelas sebagai unsur yang dominan, dengan kombinasi unsur warna biru, putih dan merah.

Lebih lanjut, merek "PEPSODENT STRONG 12 JAM" tersebut juga menggunakan unsur-unsur yakni garis melengkung warna merah yang terletak di bawah unsur kata "PEPSODENT", lalu bagian berwarna biru di sisi sebelah kanan etiket merek, dan logo gigi dan daun yang terletak pada bagian berwarna biru di sisi sebelah kanan etiket merek. Adapun

penggunaan unsur kata “STRONG 12 JAM” pada merek “PEPSODENT STRONG 12 JAM” yang menjelaskan bahwa produk “PEPSODENT” Tergugat dapat memberikan perlindungan terkait kesehatan gigi untuk periode selama 12 jam. Berdasarkan uraian diatas, maka jelas bahwa Merek “PEPSODENT STRONG 12 JAM” yang digunakan oleh Tergugat berbeda dari merek “STRONG” Penggugat, mengingat tidak terdapat kesan kemiripan dari segi perbedaan bentuk dan kombinasi antar unsur dan juga perbedaan konsep, cara penempatan dan susunan unsur pembentuk merek.

Berdasarkan uraian analisa penulis diatas, hal ini kiranya membuktikan bahwa kurang cermatnya majelis hakim Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat yang memeriksa dan mengadili perkara gugatan Hak Kekayaan Intelektual dalam menilai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya atas kata “STRONG” yang ada dalam merek pasta gigi milik pihak penggugat, yakni Hardwood Private Limited dan pihak tergugat, yakni PT. Unilever Indonesia, Tbk. yang menyatakan bahwa “telah terbukti bahwa pasta gigi milik Tergugat yang menggunakan Merek terdaftar “STRONG” dalam produk pasta gigi “PEPSODENT STRONG 12 JAM” dalam bukti – bukti yang telah diajukan adalah serupa dan memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek terdaftar “STRONG”, dengan nomor pendaftaran IDM000258478 Kelas 3 milik Penggugat”. Hal ini jelas bertentangan dengan ketentuan yang ada dalam Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 12 Tahun 2021

tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 Tahun 2016 Tentang Pendaftaran Merek khususnya dalam Pasal 17 tersebut. Sehingga majelis hakim dalam putusan ini dapat disimpulkan bahwa telah melanggar asas putusan yang berbunyi "seorang hakim dalam mempertimbangkan putusannya harus mengadili secara menyeluruh dan secara rinci". Putusan yang dijatuhkan oleh hakim harus bedasarkan pertimbangan yang jelas dan cukup. Putusan yang tidak memenuhi ketentuan tersebut dikategorikan putusan yang tidak cukup pertimbangan atau *onvoldoende gemotiveerd*[67].

Adapun terdapat ketentuan terbaru dalam Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 12 Tahun 2021 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 Tahun 2016 Tentang Pendaftaran Merek, dalam Pasal 16 juga disebutkan bahwa :

1) Permohonan pendaftaran merek tidak dapat didaftar jika:
    a. bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan, atau ketertiban umum;
    b. sama dengan, berkaitan dengan, atau hanya menyebut barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya;
    c. memuat unsur yang dapat menyesatkan masyarakat tentang asal, kualitas, jenis, ukuran, macam, tujuan penggunaan barang

[67] Hasanudin, "Pertimbangan Hukum Hakim Dalam Putusan Perkara Perdata Dengan Menggunakan Terjemahan Burgerlijk Wetboek," *PN-TILAMUTA.GO.ID*, 12 Juli 2016, diakses pada tanggal 10 Agustus 2021, https://pn-tilamuta.go.id/2016/07/12/pertimbangan-hukum-hakim-dalam-putusan-perkara-perdata-dengan-menggunakan-terjemahan-burgerlijk-wetboek/

dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya atau merupakan nama varietas tanaman yang dilindungi untuk barang dan/atau jasa yang sejenis;

d. memuat keterangan yang tidak sesuai dengan kualitas, manfaat, atau khasiat dari barang dan/atau jasa yang diproduksi;

e. tidak memiliki daya pembeda;

f. merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum; dan/atau

g. mengandung bentuk yang bersifat fungsional.

2) Permohonan ditolak oleh Menteri dalam hal Merek yang dimohonkan 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.

3) Permohonan pendaftaran Merek ditolak oleh Menteri jika Merek tersebut:

a. 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;

b. 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

c. 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.

4) Permohonan ditolak oleh Menteri jika Permohonan tersebut diajukan oleh Pemohon yang beritikad tidak baik.

Terdapat poin tambahan dalam Pasal tersebut yang ditambahkan dari ketentuan Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 Tahun 2016 Tentang Pendaftaran Merek, yakni dalam ketentuan ayat (1) Pasal 16 diubah, ditambahkan 1 poin (g) yang. Namun poin yang akan digunakan oleh penulis untuk menganalisis kali ini adalah poin (f) yakni Permohonan pendaftaran merek tidak dapat didaftar jika merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum. Poin (f) ini sama – sama terdapat dalam ketentuan Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 12 Tahun 2021 maupun Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 Tahun 2016 Tentang Pendaftaran Merek.

Lebih rinci lagi, dari ketentuan Pasal 16 tersebut, penulis juga berpendapat bahwa yang menjadi dasar gugatan hanya terdiri dari satu unsur kata, yakni “STRONG”, yang merupakan kata umum dalam Bahasa Inggris yang berarti “KUAT”. Kata “STRONG” yang berarti “KUAT”

dalam Bahasa Indonesia jelas memiliki arti kata yang deskriptif atau menjelaskan terkait dengan perlindungan gigi, yang mana jelas maksud dari penggunaan kata tersebut untuk jenis barang pasta gigi dan produk-produk perawatan gigi dan mulut adalah untuk memberikan informasi kepada konsumen bahwa suatu produk dapat memberikan perlindungan yang kuat terhadap gigi. Hal ini bertentangan dengan ketentuan dalam Pasal 16 Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 12 Tahun 2021 tentang Pendaftaran Merek yakni Permohonan pendaftaran merek tidak dapat didaftar jika merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum. Hal ini juga serupa dengan beberapa produk merek terkenal di Indonesia yang juga memiliki persamaan kata umum dalam Bahasa Inggris dan sudah beredar luas di pasaran luas sebelumnya seperti Pond's Men, Garnier Men, Nivea Men untuk produk serupa yaitu sabun muka. Kata "Men" dalam beberapa produk serupa tersebut memiliki arti "pria" dalam Bahasa Indonesia jelas memiliki arti kata yang deskriptif atau menjelaskan terkait dengan kekhususan bahwa sabun muka tersebut memang dibuat untuk kaum pria.

Di Negara Indonesia sendiri, terdapat beberapa yurisprudensi yang menyatakan bahwa merek dimaksud merupakan merek yang telah menjadi milik umum yang kiranya hal tersebut dapat mendukung dan bisa digunakan oleh hakim sebagai pertimbangan dalam memutuskan putusan nomor 30/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst tersebut. Sebagai contoh

beberapa di antaranya dapat ditemukan dalam beberapa yurisprudensi berikut :

1. Putusan Mahkamah Agung No. 958 K/Pdt.Sus/2010 tertanggal 9 Februari 2012 dalam perkara pada tingkat kasasi antara Sis Continents Hotels, Inc. sebagai pemilik merek terdaftar "HOLIDAY INN" dan "HOLIDAY INN RESORT" yang mengajukan pembatalan terhadap merek "HOLIDAY RESORT LOMBOK" milik PT Lombok Seaside Cottage. Majelis Hakim dalam perkara dimaksud menolak permohonan kasasi Sis Continents Hotels, Inc. untuk membatalkan merek milik PT Lombok Seaside Cottage. Dalam pertimbangannya, dinyatakan bahwa: "HOLIDAY" dari bahasa asing tidak dapat dimonopoli dan dijadikan Merek. Memang benar semua kata umum dapat dijadikan merek, namun kata yang telah menjadi milik umum yang memiliki arti khusus/arti tertentu tidak dapat dijadikan merek dan tidak bisa dimonopoli;
2. Putusan Mahkamah Agung No. 739 K/Pdt.Sus/2008 tertanggal 27 Februari 2009 dalam perkara di tingkat kasasi antara PT Puri Intirasa sebagai pemilik merek tidak terdaftar "WAROENG PODJOK" yang mengajukan pembatalan pendaftaran merek milik Rusmin Soepandhi, yakni merek "Warung Pojok" dan "Warung Pojok Kopi", sementara Rusmin Soepandhi mengajukan gugatan rekonvensi dengan meminta agar PT Puri Intirasa menghentikan penggunaan merek "WAROENG PODJOK"; Bahwa Majelis Hakim pada tingkat kasasi pada

prinsipnya sama-sama menyetujui bahwa merek WARUNG POJOK atau WAROENG PODJOK tidak dapat didaftarkan. Namun terdapat perbedaan pendapat di majelis hakim. Dalam dissenting opinionnya, salah satu anggota Majelis Hakim dimaksud berpendapat bahwa kata "Warung Pojok" adalah merupakan milik masyarakat umum = public domain. Karena Warung Pojok adalah istilah umum public domain dan mempunyai arti khusus (bahasa daerah), maka istilah/kata Warung Pojok tidak dibenarkan dimiliki oleh seseorang/badan hukum.

Perlu diketahui bahwa kedudukan yurisprudensi sangat penting karena selain untuk mengisi kekosongan hukum juga penting untuk mewujudkan standar hukum yang sama/kepastian hukum. Peraturan perundang-undangan tidak pernah mengatur secara lengkap dan detail, oleh karenanya yurisprudensi lah yang akan melengkapinya[68]. Dengan adanya standar hukum yang sama, maka dapat diciptakan rasa kepastian hukum di masyarakat, dan mencegah adanya disparitas putusan. Hakim mempunyai kewajiban untuk membentuk yurisprudensi terhadap masalah-masalah yang belum diatur dalam peraturan perundang-undangan atau telah diatur dalam peraturan perundang-undangan namun tidak lengkap atau tidak jelas, atau ketentuan peraturan perundang-undangan tersebut memberikan suatu pilihan dan karena adanya stagnasi pemerintahan guna

[68] Enrico Simanjuntak, Peran Yurisprudensi dalam Sistem Hukum di Indonesia, Jurnal Konstitusi, Volume 16, Nomor 1, Maret 2019: 100, https://media.neliti.com/media/publications/277129-none-20dbdb16.pdf

kepentingan yang lebih luas[69]. Dengan diciptakannya rasa kepastian hukum dan kesamaan hukum terhadap kasus yang sama, maka putusan hakim akan bersifat dapat diperkirakan dan terbuka. Dalam dunia peradilan, yurisprudensi mempunyai beberapa fungsi, diantaranya:

1. Menegakkan adanya standar hukum yang sama dalam kasus/perkara yang sama atau serupa, dimana undang-undang tidak mengatur hal itu;
2. Menciptakan rasa kepastian hukum di masyarakat dengan adanya standar hukum yang sama;
3. Menciptakan adanya kesamaan hukum serta sifat dapat diperkirakan (*predictable*) pemecahan hukumnya;
4. Mencegah kemungkinan terjadinya disparitas perbedaan dalam berbagai putusan hakim pada kasus yang sama, sehingga kalau terjadi perbedaan putusan antara hakim yang satu dengan yang lain dalam kasus yang sama, maka jangan sampai menimbulkan disparitas tetapi hanya bercorak sebagai variabel secara kasuistik[70].

Dengan demikian dapat dikemukakan bahwa yurisprudensi adalah manifestasi penemuan hukum. Sangat disayangkan dalam memutuskan perkara gugatan ganti rugi ini, hakim tidak berpedoman pada yurisprudensi hakim-hakim sebelumnya. Meski telah dijamin independensinya bagi hakim dengan asas kebebasan hakim, namun secara

[69] Pasal 23 Undang-Undang No. 30 Tahun 2014 Tentang Administrasi Pemerintahan.
[70] Jazim Hamidi, dan Winahyu Erwiningsih, *Yurisprudensi Tentang Penerapan Asas-Asas Umum Penyelenggaraan Pemerintahan yang Layak* (Jakarta, PT. Tatanusa, 2000), 7 – 8.

faktual ditemukan ada tiga alasan bagi hakim untuk mengikuti putusan hakim lain/sebelumnya, yaitu :

1. Karena putusan hakim sebelumnya mempunyai kekuasaan (*gezag*), terutama putusan yang dibuat oleh pengadilan tinggi atau MA. Hal ini juga berkaitan dengan sisi psikologis hakim, dimana hakim akan menurut putusan hakim yang kedudukannya lebih tinggi;
2. Karena alasan praktis, yaitu bila ada putusan hakim yang bertentangan dengan putusan hakim yang lebih tinggi atau tertinggi, maka pencari keadilan dapat mengajukan upaya hukum untuk membatalkan putusan tersebut;
3. Karena persesuaian pendapat, dimana seorang hakim menyetujui putusan hakim lainnya tersebut[71].

Dalam Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 12 Tahun 2021 tentang Pendaftaran Merek, khususnya dalam Pasal 16 yang berbunyi "Permohonan pendaftaran merek tidak dapat didaftar jika merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum" dimana pasal tersebut telah disinggung oleh penulis dalam pembahasan sebelumnya, hal ini juga merupakan salah bentuk evaluasi kedepannya bagi Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual dalam memeriksa pendaftaran merek "STRONG" kelas 3 dengan pendaftaran nomor IDM000258478 milik

[71] Enrico Simanjuntak, "Peran Yurisprudensi dalam Sistem Hukum di Indonesia," *Jurnal Konstitusi*, Vol. 16 No. 1, Maret (2019): 93, https://media.neliti.com/media/publications/277129-none-20dbdb16.pdf

penggugat, yakni Hardwood Private Limited sejak 2008. Karena berdasarkan pendapat penulis, kata STRONG ini adalah nama umum yang dalam Bahasa Indonesia berarti "KUAT". Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual kedepannya harus menolak permohonan pendaftaran merek tersebut jika terdapat pihak yang melakukan pendaftaran merek dengan menggunakan nama umum dan/atau lambang milik umum, dan menyatakan bahwa merek tersebut tidak dapat didaftar berdasarkan Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 12 Tahun 2021 tentang Pendaftaran Merek, khususnya dalam Pasal 16.

Untuk itu, mekanisme gugatan ganti rugi yang telah terjadi atas pelanggaran Merek "STRONG" Kelas 3 dalam kasus ini seharusnya dianggap sebagai instrumen koreksi bagi keputusan yang telah dibuat oleh dua pihak yaitu Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (DJKI) dalam memeriksa pendaftaran merek kedepannya, dan juga untuk evaluasi majelis hakim Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat yang dikarenakan dalam amar putusan nomor 30/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst tersebut, majelis hakim yang telah menyatakan mengabulkan gugatan Penggugat seluruhnya dan menyatakan pasta gigi Tergugat yang menggunakan Merek "STRONG" adalah serupa dan memiliki persamaan pada pokoknya dengan milik tergugat, dinilai kurang cermat dan tidak memperhatikan yurisprudensi hakim-hakim sebelumnya, padahal fungsi yurisprudensi adalah sangat penting karena selain untuk mengisi kekosongan hukum juga penting untuk mewujudkan

standar hukum yang sama/kepastian hukum. Ditinjau dari sudut pandang sosiologis, para hakim semakin dituntut dalam setiap putusannya untuk ikut memperhitungkan semua perkembangan penting dalam masyarakat. Mereka harus mampu menghadapi perubahan-perubahan kondisi sosial, ekonomi, teknis, moral dan kondisi-kondisi lain. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pihak Tergugat, yakni PT. Unilever Indonesia, Tbk. tidak menemukan keadilan dalam putusan nomor 30/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst tersebut.

2. Analisis hak milik atas merek yang memiliki unsur "persamaan pada pokoknya" dalam Putusan Nomor 33/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga. Jkt.Pst perspektif konsep hak milik dalam Islam

Putusan yang diputus dalam sidang permusyawaratan Majelis Hakim Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat dengan nomor 30/Pdt.Sus-Merek/2020/PN .Niaga.Jkt.Pst berdasarkan analisis penulis di pembahasan sebelumnya dapat dikatakan belum tentu menemui kata keadilan bagi para pihak baik itu dari pihak penggugat maupun pihak tergugat. Untuk itu, bagi pihak yang masih merasa keberatan dengan putusan tersebut dapat melakukan upaya hukum kasasi di tingkat Mahkamah Agung. Berdasarkan Pasal 44 ayat (1) UU Mahkamah Agung, Permohonan kasasi diajukan pihak yang berperkara atau wakilnya yang secara khusus dikuasakan untuk hal tersebut dalam perkara perdata atau perkara tata usaha negara yang diperiksa dan diputus oleh Pengadilan Tingkat Banding atau Tingkat Terakhir di Lingkungan Peradilan Umum,

Lingkungan Peradilan Agama, dan Lingkungan Peradilan Tata Usaha Negara atau Terdakwa atau wakilnya yang secara khusus dikuasakan untuk itu atau Penuntut Umum atau Oditur dalam perkara pidana yang diperiksa dan diputus oleh Pengadilan Tingkat Banding atau Tingkat Terakhir di Lingkungan Peradilan Umum dan Lingkungan Peradilan Militer[72].

Pengakuan hak milik atas nama merek yang memiliki unsur "persamaan pada pokoknya" oleh perusahaan Hardwood Private Limited, yang merupakan pihak penggugat dimana gugatan ganti ruginya tersebut dikabulkan dalam sidang permusyawaratan Majelis Hakim Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat berdasarkan putusan nomor 30/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst mendorong penulis untuk menganalisanya dengan teori konsep hak milik dalam Islam. Seperti diketahui bahwa terdapat beberapa hal yang seharusnya di evaluasi dalam putusan yang telah penulis paparkan dalam analisis sebelumnya.

Dalam putusan tersebut dikatakan bahwa majelis hakim mengabulkan gugatan ganti rugi pihak penggugat seluruhnya dan menyatakan bahwa pasta gigi milik tergugat yang menggunakan Merek "STRONG" adalah serupa dan memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek "STRONG", daftar nomor IDM000258478, Kelas 3 milik Penggugat. Namun penulis beranggapan bahwa majelis hakim telah lalai dan kurang

[72] Pasal 44 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2009 Tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1985 Tentang Mahkamah Agung.

cermat dikarenakan dalam memutuskan putusan nomor 30/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst majelis hakim Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat dalam pertimbangannya tidak memperhatikan yurisprudensi hakim-hakim sebelumnya yang menangani dan memutus perkara – perkara sejenis sebelumnya, juga majelis hakim tidak memperhatikan ketentuan yang ada dalam Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 12 Tahun 2021 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 Tahun 2016 Tentang Pendaftaran Merek khususnya Pasal 16 dan 17.

Adapun secara umum, hak diartikan sebagai suatu ketentuan yang dengannya syara' menetapkan suatu kekuasaan atau suatu beban hukum. Adapun definisi hak adalah kekuasaan mengenai sesuatu atau sesuatu yang wajib dari seseorang kepada yang lainnya. sedangkan yang disebut dengan milik adalah kekhususan terdapat pemilik suatu barang menurut syara' untuk bertindak secara bebas bertujuan mengambil manfaatnya selama tidak ada penghalang syar'i[73]. Secara etimologi, kata milik berasal dari bahasa Arab yaitu *al-milk* yang berarti penguasaan terhadap sesuatu atau sesuatu yang dimiliki (harta). Milik juga merupakan hubungan seseorang dengan suatu harta yang diakui oleh syara', yang menjadikannya mempunyai kekuasaan khusus terhadap harta itu, sehingga ia dapat melakukan tindakan hukum terhadap harta itu, kecuali adanya halangan

[73] Hendi Suhendi, Fiqh Muamalah, *Cet. ke-1* (Jakarta : Raja Grafindo Perkasa, 2002), 32 – 33.

syara'[74]. Adapun secara terminologi, ada beberapa definisi *al-milk* yang dikemukakan ulama fiqh, diantaranya *al-milk* adalah pengkhususan seseorang terhadap suatu benda yang memungkinkannya untuk bertindak hukum terhadap benda itu (sesuai dengan keinginannya). Artinya, benda yang dikhususkan kepada seseorang itu sepenuhnya berada dalam penguasaanya, sehingga orang lain tidak boleh bertindak dan memanfaatkannya. Pemilik harta bebas untuk bertindak hukum terhadap hartanya, seperti jual-beli, hibah, wakaf, dan meminjamkannya kepada orang lain selama tidak ada halangan dari syara'.[75]

Persoalan kepemilikan secara historis dimulai ketika manusia berkumpul membentuk suatu komunitas dan berinteraksi untuk memenuhi kebutuhan akan kelangsungan hidupnya (*al-hajâh al- 'udhawiyah*)[76]. Pengakuan akan kepemilikan adalah salah satu prasyarat untuk sahnya sebuah transaksi harta benda[77]. Menurut Al-Qur'an dalam surat Ali Imran ayat 109 pemilik yang hakiki dari semua yang ada di dunia ini adalah Allah SWT, ayat tersebut berbunyi :

[74] Ade Hidayat, "Konsep Haki Dalam Hukum Islam Dan Implementasinya Bagi Perlindungan Hak Merek Di Indonesia," *Adliya*, Vol. 8 No. 1, (2014), 165, https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/adliya/article/view/8626.
[75] Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah* (Jakarta : Gaya Media Pratama, 2007), 31.
[76] Yusuf Wibisono, "Kebijakan Islam dalam Pengelolaan Kepemilikan Umum," *Muslimahnews*, 22 Februari 2018, diakses tanggal 10 Agustus 2021, https://www.muslimahnews.com/2018/02/22/kebijakan-Islam-dalam-pengelolaan-kepemilikan-umum/
[77] Nurul Huda dan Rohmah Miftahul Jannah, "Perlindungan Hak Merek Dagang Menurut Hukum Islam," *Suhuf*, Vol. 24 No. 1, (2012): 2, https://publikasiilmiah.ums.ac.id/bitstream/handle/11617/2909/1.%20NURUL%20HUDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

وَلِلّٰهِ مَا فِى السَّمٰوٰتِ وَمَا فِى الْاَرْضِ ۗوَاِلَى اللّٰهِ تُرْجَعُ الْاُمُوْرُ ع

Artinya : “Dan milik Allah-lah apa yang ada di langit dan apa yang ada di bumi, dan hanya kepada Allah segala urusan dikembalikan”. Akan tetapi disisi lain Allah SWT telah menjadikan manusia sebagai khalifah-Nya di muka bumi, dan Allah memberikan pada mereka “kekuasaan” untuk mengontrol sumber-sumber alam semesta ini, sebagaimana tertera dalam surat Al-An'am Ayat 165 yang berbunyi :

وَهُوَ الَّذِيْ جَعَلَكُمْ خَلٰۤئِفَ الْاَرْضِ وَرَفَعَ بَعْضَكُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجٰتٍ لِّيَبْلُوَكُمْ فِيْ مَآ

اٰتٰىكُمْ ۗ اِنَّ رَبَّكَ سَرِيْعُ الْعِقَابِ ۖ وَاِنَّهٗ لَغَفُوْرٌ رَّحِيْمٌ ع

Artinya “Dan Dialah yang menjadikan kamu sebagai khalifah-khalifah di bumi dan Dia mengangkat (derajat) sebagian kamu di atas yang lain, untuk mengujimu atas (karunia) yang diberikan-Nya kepadamu. Sesungguhnya Tuhanmu sangat cepat memberi hukuman dan sungguh, Dia Maha Pengampun, Maha Penyayang.

Semua manusia mempunyai hak pemilikan, tetapi bukan pemilikan aktual (yang sebenarnya), namun hanya diberi kekuasaan dalam hak pemilikan saja. Adapun pemilikan aktual bagi individu tertentu, maka Islam mensyaratkan adanya izin dari Allah SWT bagi individu itu untuk

memilikinya[78]. Izin Allah SWT kepada seseorang untuk memiliki harta kekayaan berarti memberi hak kepada pemiliknya untuk memanfaatkan dan mengelolanya sesuai dengan keinginannya selama memenuhi ketentuan-ketentuan syariat. Meski status kepemilikan harta ada pada seseorang, ketentuan syariat tetap mengikuti orang tersebut dalam memanfaatkan harta itu serta memberikan implikasi hukum atas pelanggaran yang kemungkinan dilakukan[79]. Islam sendiri mengakui kepemilikan harta seseorang yang telah berada di tangan dan dalam kekuasaannya. Penguasaan (*istikhlaf*) ini berlaku umum bagi semua manusia. oleh karena itu bagi individu yang ingin memiliki harta tertentu, maka Islām telah menjelaskan sebab-sebab pemilikan yang boleh (halāl) dan yang tidak boleh (haram) melalui salah satu sebab pemilikan[80].

Hakikatnya, hasil karya seseorang yang merupakan pekerjaan intelektual manusia dapat disebut harta benda yang lazimnya dikenal dengan istilah hak atas kekayaan intelektual. Hak atas kekayaan intelektual ini hanya dapat diperoleh manusia dengan bekerja keras dan dengan pengorbanan yang sangat besar, sehingga dalam ajaran Islam Islam hal ini patut untuk dihargai dengan cara menjadikan hak atas kekayaan intelektual

[78] Khairul Bahri Nasution, "Konsep Hak Milik Dalam Fiqh Islam (Analisis Filosofis Terhadap Pengaturan Kepemilikan dalam Islam)," *Eksya*, Vol. 1 No. 2 (2020): 88, https://jurnal.stain-madina.ac.id/index.php/Islamiccircle/article/download/303/261

[79] M. Ismail Yusanto dan M. Arif Yunus, *Pengantar Ekonomi Islam* (Bogor: Al-Azhar Press, 2012), 147.

[80] Nashar, "Islām dan Perekonomian Islām Dalam Pemerintahan Modern," *al-Ihkā,* Vol. IV No. 1 (2009): 114, http://ejournal.iainmadura.ac.id/index.php/alihkam/article/view/ 266/257.

tersebut hanya melekat pada pemiliknya.[81] Salah satu bentuk dari hak atas kekayaan intelektual adalah terkait hak merek. Sebagaimana diketahui, bahwa merek dalam Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis khususnya dalam ketentuan Pasal 1 poin (1) didefinisikan sebagai "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"[82].

Merek juga merupakan label produk yang dibuat oleh pengusaha atau perusahaan bagi produk-produknya untuk membedakannya dengan produk-produk milik pengusaha lain. Merek dapat membantu para pembeli atau konsumen untuk mengenal produknya. Untuk itu, perlindungan merek sangat penting sekali, sebuah merek dapat menjadi sebuah kekayaan yang amat berharga secara komersial. Merek perusahaan dapat menjadi lebih bernilai dibandingkan dengan asset riil perusahaan tersebut. Selain itu, merek sebagai harta kekayaan yang dapat menghasilkan keuntungan bagi pengusaha (pemilik merek), juga merupakan alat untuk melindungi masyarakat selaku konsumen dari terjadinya penipuan atas

[81] M. Musyafa, "Kekayaan Intelektual dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Al-Iqtishad*, Vol. V No. 1, (2013): 47, https://media.neliti.com/media/publications/195013-ID-kekayaan-intelektual-dalam-perspektif-ek.pdf

[82] Pasal 1 Poin (1) Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

kualitas barang tertentu. Konsumen akan merasa dirugikan jika merek yang mereka anggap berkualitas tinggi, ternyata diproduksi oleh pihak lain dengan kualitas rendah. Hal ini juga bisa berakibat menurunkan reputasi perusahaan[83].

Terkait dengan kepemilikan, Menurut Yusanto dan Yunus, berangkat dari izin asy-Syari' (Allah SWT), maka Islam membagi kepemilikan menjadi tiga[84], yaitu kepemilikan individu (*private property*), kepemilikan umum (*collective property*), dan kepemilikan negara (*state property*) yang masing-masingnya akan dijelaskan sebagai berikut :

1. Kepemilikan individu (*private property*/*milkiyyah fardhiyah*) merujuk kepada jenis kepemilikan dimana seseorang individu atau pihak tertentu berhak menguasai suatu properti secara eksklusif dan berhak mencegah individu atau pihak lain dari menikmati manfaat dalam bentuk apapun dari properti tersebut kecuali bila ada kebutuhan atau keadaan yang mengkehendaki demikian. Kepemilikan individu juga dapat didefenisikan sebagai hukum syariat yang berlaku bagi zat atau manfaat tertentu, yang memungkinkan bagi yang memperolehnya untuk memanfaatkanya secara langsung atau mengambil kompensasi (*iwadh*) dari barang tersebut[85].

[83] Santi Dwi Wahyuni, "Perlindungan Hukum Pemegang Merek Terhadap Passing Off Terkait Public Misleading di Indonesia", (Skripsi, Universitas Negeri Semarang, 2020), http://lib.unnes.ac.id/41825/1/8111416122.pdf

[84] Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Arif Yunus, *Pengantar Ekonomi Islam, cet. 1* (Bogor: Al-Azhar Press, 2009), 125.

[85] Dwi Condro Triono, *Ekonomi Islam Madzhab Hamfara Jilid I Falsafah Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Irtikaz, 2014), 319.

2. Kepemilikan umum atau kepemilikan publik (*collective property/milkiyyah 'amma*) adalah izin asy syar'i kepada suatu komunitas atau masyarakat untuk sama-sama memanfaatkan benda atau barang. Benda-benda yang termasuk dalam kategori kepemilikan umum adalah benda-benda yang telah dinyatakan oleh asy-Syari'i yang memang diperuntuhkan bagi suatu komunitas masyarakat dan asy-Syar'i melarang benda tersebut dikuasai oleh hanya seorang saja[86].
3. Kepemilikan negara (*state property/milkiyyah daulah*) adalah suatu ketetapan syariat, terhadap jenis barang tertentu untuk dapat dikuasai dan dikelolah oleh negara dalam rangka kemaslahatan bersama, individu, masyarakat dan negara sehingga akan terjaminnya keadilan, yakni supaya tidak ada proses pendzaliman segolongan orang terhadap segolongan yang lain. Kepemilikan negara telah dilegitimasi oleh syar'i, untuk menjalankan roda pemerintahan, karena negara membutuhkan hak kepemilikan, untuk memperoleh penghasilan dalam melaksanakan kewajiban-kewajibanya, contoh, untuk menyelenggarakan pendidikan, memelihara keadilan, hukum yang keseluruhanya untuk melindungi kepentingan materiil dan spritual penduduknya[87]. Harta-harta yang termasuk milik negara adalah

[86] Isnani Harahap dkk, *Hadis-hadis Ekonomi, Cet. 1*, (Jakarta: Kencana, 2015), 34.
[87] Didin Hafidhuddin, *Agar Harta Berkah dan Bertambah, Cet. 1* (Jakarta: Gema Insani Press, 2007), 23.

kekuasaan yang dimiliki oleh negara untuk mengelolah harta-harta milik negara seperti *fa'i, kharaj, jizyah* dan sebagainya[88].

Adapun kepemilikan hak atas merek di Indonesia adalah dengan adanya pendaftaran merek dengan menganut sistem *first to file*, artinya pendaftar merek pertama yang hanya berhak atas hak terhadap merek tersebut[89]. Tujuan dari pendaftaran merek adalah untuk mendapatkan perlindungan hukum terhadap merek yang didaftarkan. Agar suatu merek memperoleh hak atas merek, maka pemilik merek harus mendaftarkan mereknya tersebut pada kantor Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual. Adapun dalam Permenkumham nomor 12 tahun 2021 tentang Perubahan Permenkumham 67 tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek diatur secara rinci terkait ruang lingkup pendaftaran merek yang terdiri atas :

1. Syarat dan tata cara Permohonan;
2. Kelas barang atau jasa;
3. Penolakan Permohonan;
4. Perbaikan sertifikat Merek terdaftar;
5. Syarat dan tata cara permohonan perpanjangan jangka waktu pelindungan Merek terdaftar;

[88] Isnani Harahap dkk, *Hadis-hadis Ekonomi, Cet. 1*, (Jakarta: Kencana, 2015), 34.
[89] Humaedi Abdurahman, "Asas *First To File Principal* Dalam Kasus Hak Merek Nama Terkenal Bensu," *Aktualita*, Vol. 3 No. 1 (2020): 441, https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/aktualita/article/download/6056/pdf.

6. Syarat dan tata cara permohonan pencatatan perubahan nama dan/atau alamat;
7. Syarat dan tata cara permohonan pencatatan pengalihan Hak atas Merek;
8. Permohonan pendaftaran Merek Kolektif; dan
9. Petikan resmi sertifikat.

Dengan melakukan pendaftaran, pemilik merek akan memperoleh hak eksklusif atas penggunaan merek tertentu atau dapat memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya selama jangka waktu tertentu serta mendapatkan perlindungan hukum dari negara. Merek terdaftar memberikan landasan hukum bagi pemiliknya untuk memperoleh perlindungan dan kepastian hukum yaitu meletakkan hak kepemilikan yang sah kepada pihak yang mendaftarkan merek terlebih dahulu. Negara memberikan hak eksklusif kepada pemilik merek terdaftar untuk jangka waktu tertentu untuk digunakan sebagai kepentingan sendiri atau memberikan lisensi kepada pihak lain.

Adapun Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual selaku perwakilan negara Republik Indonesia yang mengurus tentang hak merek adalah unsur pelaksana yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia yang dipimpin oleh seorang Direktur Jenderal. Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual mempunyai tugas menyelenggarakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang

kekayaan intelektual sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan[90].

Bertitik tolak dari ketentuan Peraturan Menteri Hukum Dan Hak Asasi Manusia republik Indonesia nomor 12 Tahun 2021 tentang perubahan atas Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 Tahun 2016 Tentang Pendaftaran Merek, khususnya dalam BAB IV tentang penolakan permohonan, yakni bagian kesatu tentang merek yang tidak dapat didaftar dan ditolak, telah disebutkan dalam Pasal 16. Dalam pasal ini, dapat digunakan untuk menganalisis status merek yang terdaftar lebih dahulu (*first to file*) yang memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek lain. Adapun konsekuansi dari ini yakni setiap kali ada pendaftaran merek yang didaftarkan oleh pihak lain yang memenuhi unsur persamaan pada pokoknya ataupun keseluruhannya dengan merek yang terdaftar lebih dahulu, maka harus ditolak oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI). Penolakan ini bertujuan untuk menjamin perlindungan hukum terhadap status kepemilikan merek yang terdaftar lebih dahulu. Pendaftar merek yang pertama kali lah yang lebih dahulu mendapat suatu kepastian hukum bahwa dialah yang berhak atas merek tersebut. Sebaliknya bagi pihak lain yang mencoba akan mempergunakan merek yang sama (identik) atau memiliki unsur persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya untuk

[90] Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM RI, Struktur Organisasi, diakses 24 Agustus 2021, https://www.dgip.go.id/tentang-djki/struktur-organisasi/direktorat-jenderal-kekayaan-intelektual

barang/jasa sejenis, harus ditolak oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI).

Berkaca pada kasus gugatan ganti rugi atas merek pasta gigi "STRONG" antara Hardwood Private Limited dan PT. Unilever tbk. pada putusan nomor 30/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst, dalam putusan tersebut disebutkan Majelis Hakim Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat menegaskan alasan dan pertimbangan hukum sebagai kaidah hukum sebagai berikut : "Penggugat (Hardwood Private Limited) berkedudukan di 80 Robinson road #17-02 Singapore 68898 terbukti menurut hukum sebagai Pemilik Merek Terdaftar STRONG dan sebagai Pendaftar Pertama (*first to file system*) Merek Terdaftar STRONG dengan nomor pendaftaran IDM000258478 di Kelas 3 yang menerima Peralihan Hak Merek dari Blissful Centany International Limited berkedudukan di Suite 330, Barkly Wharf, Le Caudan Waterfront, Port Louis, Mauritius", dan juga "Bahwa karena Penggugat (Hardwood Private Limited) sebagai Pemilik Merek Terdaftar STRONG Daftar Nomor IDM000258478 di Kelas 3 berdasarkan Nice Classification edisi 9, dan Penggugat sebagai Pendaftar Pertama (*first to file system*) Merek Terdaftar STRONG tersebut sejak 13 Juli 2010, maka Penggugat memiliki hak ekslusif untuk mencegah seluruh pihak ketiga yang secara tanpa izin pemilik dari penggunaan tanda perdagangan yang mirip atau identik untuk barang yang mirip atau identik yang terkait dengan merek kata STRONG sebagai merek terdaftar, dimana

penggunaan semacam itu akan dapat menimbulkan kebingungan dalam penggunaan tanda atau kata yang identik untuk barang yang sejenis".

Dalam pertimbangan hakim tersebut dapat disimpulkan bahwa Hardwood Private Limited adalah pemilik STRONG dan sebagai pendaftar pertama (*first to file system*) merek terdaftar STRONG dengan nomor pendaftaran IDM000258478 di Kelas 3 sejak tanggal 13 Juli 2010 untuk jenis barang pasta gigi, sediaan-sediaan untuk membersihkan gigi palsu, obat gosok gigi, obat kumur bukan untuk keperluan medism larutan kumur bukan untuk keperluan medis. Akan tetapi, Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual seharusnya menolak pendaftaran tersebut, mengingat kata "STRONG" tersebut dikategorikan sebagai nama umum dan menyatakan bahwa permohonan pendaftaran merek atas nama merek "STRONG" tersebut tidak dapat didaftar berdasarkan Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 12 Tahun 2021 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 Tahun 2016 Tentang Pendaftaran Merek, khususnya dalam Pasal 16.

Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) yang bertanggung jawab untuk memeriksa merek-merek yang memiliki unsur persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek yang sudah terdaftar lebih dahulu saat diajukannya permohonan pendafataran merek. Melalui prosedur khusus, tim pemeriksa melaksanakan pemeriksaan substantif terhadap permohonan pendaftaran merek-merek tersebut. Bila hasil pemeriksaan menyimpulkan bahwa merek tersebut memiliki unsur

persamaan pada pokoknya dengan merek lain yang sudah terdaftar lebih dahulu, maka Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) harus menolaknya, begitu juga dengan pemeriksaan terhadap merek – merek yang dikategorikan sebagai merek yang tidak dapat didaftar dan ditolak. Tindakan Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) yang tetap menerima dan meloloskan pendaftaran merek yang diajukan pihak lain yang memenuhi unsur persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek yang terdaftar lebih dahulu, atau melanggar ketentuan Pasal 16 Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia nomor 12 tahun 2021 tentang Pendaftaran Merek khususnya terkait merek – merek yang dikategorikan sebagai merek yang tidak dapat didaftar dan ditolak, merupakan pelanggaran yang dilakukan oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) yang seharusnya diberikan sanksi yang tegas agar diperlukan kehati-hatian dan kecermatan dalam melakukan pemeriksaan substantif.

Tetapi alangkah tidak berdayanya peraturan terkait Merek di Indonesia karena undang-undang ataupun peraturan yang berlaku tidak dapat mempersalahkan atau mempertanggungjawabkan Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) atas peristiwa yang demikian. Seluruh ketentuan di dalam peraturan terkait Merek di Indonesia tidak ada satupun pasal yang dapat dipertanggungjawabkan kepada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) untuk dipersalahkan terkait dengan pendaftaran merek yang memiliki persamaan pada pokoknya atau

keseluruhannya dengan merek yang sudah terdaftar lebih dahulu ataupun terkait merek – merek yang dikategorikan sebagai merek yang tidak dapat didaftar dan ditolak. Ini sekaligus menjadi suatu kelemahan peraturan terkait Merek di Indonesia. Bila tidak diatur suatu bentuk tanggung jawab Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) dalam hal ini bisa menimbulkan kelalaian dan ketidakcermatan tim pemeriksa pada saat melakukan pemeriksaan substantif terhadap permohonan pendaftaran merek-merek yang masuk pada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI).

Dalam Islam, dikatakan bahwa kepemilikan dibagi atas kepemilikan individu (*private property*/*milkiyyah fardhiyah*), kepemilikan umum (*collective property/milkiyyah 'amma*), dan kepemilikan negara (*state property/milkiyyah daulah*) [91]. Bertolak pada kasus tersebut, penulis berpendapat bahwa merek "STRONG" milik Hardwood Private Limited selaku pihak Penggugat untuk jenis barang pasta gigi, sediaan-sediaan untuk membersihkan gigi palsu, obat gosok gigi, obat kumur bukan untuk keperluan medis, larutan kumur bukan untuk keperluan medis, merupakan bentuk kepemilikan umum (*collective property/milkiyyah 'amma*) berdasarkan ketentuan dalam Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2021 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 Tahun

[91] Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Arif Yunus, *Pengantar Ekonomi Islam, Cet. 1* (Bogor: al-Azhar Press, 2009), 125.

2016 Tentang Pendaftaran Merek khususnya dalam Pasal 16. Hal ini dikarenakan meskipun pihak Penggugat (Hardwood Private Limited) sebagai Pemilik yang sah merek terdaftar STRONG dengan Nomor IDM000258478 di Kelas 3 dan Penggugat sebagai pendaftar pertama (*first to file system*) sejak 13 Juli 2010 dan meski Penggugat memiliki hak ekslusif untuk mencegah seluruh pihak ketiga yang secara tanpa izin pemilik dari penggunaan tanda perdagangan yang mirip atau identik untuk barang yang mirip atau identik yang terkait dengan merek kata STRONG sebagai merek terdaftar, dimana penggunaan semacam itu akan dapat menimbulkan kebingungan dalam penggunaan tanda atau kata yang identik untuk barang yang sejenis. Hal tersebut tidak bisa dimiliki secara individu mengingat kata "STRONG" tersebut dikategorikan sebagai nama umum dan menyatakan bahwa permohonan pendaftaran merek atas nama merek "STRONG" tersebut tidak dapat didaftar berdasarkan Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 12 Tahun 2021 tentang Pendaftaran Merek, khususnya dalam Pasal 16.

Kepemilikan umum (kolektif) adalah semua benda yang dimiliki komunitas secara bersama-sama dan tidak boleh dikuasai oleh seorang saja. Karena milik umum, maka setiap individu dapat memanfaatkannya namun dilarang memilikinya[92]. Berdasarkan hal tersebut, merek "STRONG" merupakan harta dalam bentuk merek dengan kepemilikan umum yang dapat juga diartikan sebagai kepemilikan bersama, dengan artian dalam

[92] Muh Izza, *Ekonomi Mikro: Pendekatan Ideologis Islam* (Pekalongan: Penerbit NEM, 2021), 65.

merek “STRONG” tersebut merupakan kepemilikan umum dan tidak ada status kepemilikan pribadi dan tidak dapat dikuasai oleh seseorang secara sepihak.

Kepemilikan umum juga merupakan izin syara’ kepada komunitas masyarakat untuk sama-sama memanfaatkan benda atau barang. Benda-benda yang termasuk dalam kategori kepemilikan umum adalah benda-benda yang telah dinyatakan oleh al-syar’i memang diperuntukkan bagi suatu komunitas masyarakat, karena mereka masing-masing saling membutuhkan, dan al-syar’i melarang benda tersebut dikuasai oleh hanya seorang saja[93]. Benda-benda ini ada tiga macam yaitu[94] :

a. Merupakan fasilitas umum, kalau tidak ada di dalam suatu negeri atau suatu komunitas maka akan menyebabkan sengketa dalam mencarinya.
b. Barang tambang yang tidak terbatas.
c. Sumber daya alam yang sifat pembentukannya menghalangi untuk dimiliki hanya oleh individu secara perorangan. Yang merupakan fasilitas umum adalah apa saja yang dianggap sebagai kepentingan manusia secara umum.

[93] Taqyuddin an-Nabhani, *Sistem Ekonomi Islam Taqiyuddin An Nabhani Terjemah Nidhomul Iqtishodi*, (Bogor: Pustaka Fikrul Islam, 2018), 300.
[94] Abul Hasan Bani Sadr, *Ekonomi Islam: Kepemilikan dan Ekonomi Tauhid, dalam Etika Ekonomi Politik: Elemen-elemen Strategis Pembangunan Masyarakat Islam* (Surabaya: Risalah Gusti, 1997), 37.

Jika dilihat dari Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 12 Tahun 2021 tentang Pendaftaran Merek, khususnya dalam Pasal 16 yang berbunyi "Permohonan pendaftaran merek tidak dapat didaftar jika merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum", maka penulis beranggapan bahwa merek "STRONG" yang dinyatakan oleh majelis hakim sebagai merek terdaftar kelas 3 milik Hardwood Private Limited dalam putusan nomor 30/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst tersebut merupakan fasilitas umum berdasarkan peraturan terbaru, dimana kata "STRONG" tersebut adalah nama umum yang berarti "KUAT" sehingga hal tersebut tidak dapat dikuasai seseorang secara sepihak.

Perlindungan hak merek hanya diberikan kepada sesuatu yang memiliki bentuk yang khas, bersifat pribadi dan menunjukkan keaslian sebagai ciptaan yang lahir berdasarkan kemampuan kreatifitas atau keahlian, sehingga ciptaan dapat dilihat, dibaca atau didengar. Dengan demikian hak cipta yang berupa merek memenuhi segala persyaratan dari suatu harta dalam fiqh Islam, serta mempunyai kedudukan yang sama dengan harta-harta lainnya yang halal. Oleh sebab itu, para ulama fiqh, menyatakan bahwa hak cipta yang berupa merek seseorang harus mendapatkan perlindungan hukum yang sama dengan hak-hak lainnya[95]. Pengecualian bagi merek yang tidak dapat didaftar dan ditolak berdasarkan peraturan Perundang-undangan yang berlaku di Indonesia. Islam seperti

[95] Ade Hidayat, "Konsep Haki Dalam Hukum Islam Dan Implementasinya Bagi Perlindungan Hak Merek Di Indonesia," *Adliya*, Vol. 8 No. 1, (2014), 182, https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/adliya/article/view/8626.

yang diketahui, sangat menjunjung tinggi nilai-nilai keadilan. Demikian pula penerapan keadilan Islam dalam menghargai hak-hak manusia.

Melihat kasus tersebut, untuk itu, negara yang dalam hal ini diwakili oleh Direktorat Jenderal Hak atas Kekayaan intelektual kedepannya wajib menolak pendaftaran merek jika terbukti merek tersebut menggunakan nama umum sesuai dengan Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 12 Tahun 2021 tentang Pendaftaran Merek, khususnya dalam Pasal 16. Penguatan hukum terhadap tugas dan fungsi Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) dipertegas, bila perlu peraturan terkait hak merek di Indonesia perlu direvisi dan dicantumkan berupa sanksi (*punishment*) kepada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) bila terbukti sengaja atau lalai melakukan pemeriksaan terhadap permohonan pendaftaran merek-merek secara cermat dan teliti. Mengingat hal ini terkait sanksi apapun belum diatur didalam peraturan tentang Merek di Indonesia yang mungkin dapat diterapkan kepada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI).

Berkaca dari kasus tersebut, didalam praktiknya, penulis beranggapan bahwa penerapan pasal-pasal dari Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2021 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 Tahun 2016 Tentang Pendaftaran Merek khususnya terkait merek yang tidak dapat didaftar dan ditolak harus diterapkan sepenuhnya oleh subdirektorat merek dalam melakukan pemeriksaan terhadap permohonan

pendaftaran merek sehingga kedepannya tidak muncul kasus serupa yang jelas bertentangan dengan indikator penilaian terhadap pendaftaran merek yang terdapat dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Terjadi konflik norma antara putusan hakim dalam putusan nomor 30/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst dengan Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia No. 12 Tahun 2021 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 Tahun 2016 Tentang Pendaftaran Merek, dikuatkan dengan ketentuan yurisprudensi hakim sebelumnya yang menangani perkara sejenis. Dalam putusan putusan tersebut dinyatakan bahwa hakim mengabulkan gugatan Hardwood Private Limited seluruhnya, Menyatakan Merek "STRONG" Daftar Nomor IDM000258478, Kelas 3 milik Penggugat adalah merek terkenal di Negara Republik Indonesia, Menyatakan pasta gigi Tergugat yang menggunakan Merek "STRONG" adalah serupa dan memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek "STRONG", milik Penggugat, dan Menyatakan Tergugat sejak tahun 2019 sampai dengan sekarang telah melanggar Merek "STRONG", dengan nomor pendaftaran IDM000258478, Kelas 3 milik Penggugat. Hal ini bertentangan dengan ketentuan dalam Pasal 16 Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia No. 12 Tahun 2021 yakni Permohonan pendaftaran merek tidak dapat didaftar jika merupakan nama umum dan/atau lambing milik umum. Dalam kasus ini seharusnya merek

tersebut tidak dapat didaftar jika merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum. Kata "STRONG" merupakan kata umum dalam Bahasa Inggris yang berarti "KUAT". Kata "STRONG" yang berarti "KUAT" dalam Bahasa Indonesia jelas memiliki arti kata yang deskriptif atau menjelaskan terkait dengan perlindungan gigi. Adapun dampak dari konflik norma antara lain adalah timbulnya ketidakpastian hukum. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pihak Tergugat, yakni PT. Unilever Indonesia, Tbk. tidak menemukan keadilan dalam putusan nomor 30/Pdt.Sus-Merek/2020/ PN.Niaga.Jkt.Pst tersebut.

2. Dalam teori konsep hak milik dalam Islam, merek "STRONG" milik Hardwood Private Limited selaku pihak Penggugat untuk jenis barang pasta gigi, sediaan-sediaan untuk membersihkan gigi palsu, obat gosok gigi, obat kumur bukan untuk keperluan medis, larutan kumur bukan untuk keperluan medis, merupakan bentuk kepemilikan umum (*collective property/milkiyyah 'amma*). Hal tersebut tidak bisa dimiliki secara individu mengingat kata "STRONG" tersebut dikategorikan sebagai nama umum dan menyatakan bahwa permohonan pendaftaran merek atas nama merek "STRONG" tersebut tidak dapat didaftar berdasarkan Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 12 Tahun 2021 tentang Pendaftaran Merek, khususnya dalam Pasal 16.

B. Saran

1. Dalam memutuskan perkara diharapakan majelis Hakim tidak saja berpatokan pada undang-undang pokok saja, namun dapat melihat atau memperhatikan yurisprudensi hakim sebelumnya yang menangani perkara serupa, serta memperhatikan peraturan atau konvensi internasional tentang merek. Serta untuk lebih cermat dalam menganalisa kriteria atau unsur persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dalam kasus serupa kedepannya.
2. Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual seharusnya lebih bertanggung jawab dalam memeriksa merek-merek yang memiliki unsur persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek yang sudah terdaftar lebih dahulu saat diajukannya permohonan pendafataran merek. Bila hasil pemeriksaan menyimpulkan bahwa merek tersebut memiliki unsur persamaan pada pokoknya dengan merek lain yang sudah terdaftar lebih dahulu, maka Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual harus menolaknya, begitu juga dengan pemeriksaan terhadap merek – merek yang dikategorikan sebagai merek yang tidak dapat didaftar dan ditolak.
3. Di sosialisasikan lebih mendalam kepada para pelaku usaha yang akan mendaftarkan mereknya mengenai unsur persamaan pada pokoknya atau keseluruhanya, serta terkait merek yang tidak dapat didaftar dan ditolak dalam pendaftaran merek oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual agar tidak terjadi kasus serupa kedepannya.

4. Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi dan evaluasi bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang Hak Kekayaan Intelektual khususnya terkait Hak Merek khususnya dalam hal "Persamaan Pada Pokoknya dan/atau keseluruhannya" pada hak atas merek kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Al-Maliki, Abdurrahman. *Politik Ekonomi Islam*. Bogor: Al-Azhar Press, 2009.

An-Nabhani, Taqyuddin. *Sistem Ekonomi Islam Taqiyuddin An Nabhani Terjemah Nidhomul Iqtishodi*. Bogor: Pustaka Fikrul Islam, 2018.

Bisri, Cik Hasan. *Peradilan Agama di Indonesia*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1998.

Fajar, Mukti, dan Yulianto Achmad. D*ualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris.* Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2010.

Firmansyah, M. Anang. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy).* Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media, 2019.

Hafidhuddin, Didin. *Agar Harta Berkah dan Bertambah, Cet. 1*. Jakarta: Gema Insani Press, 2007.

Hamidi, Jazim, dan Winahyu Erwiningsih. *Yurisprudensi Tentang Penerapan Asas-Asas Umum Penyelenggaraan Pemerintahan yang Layak*. Jakarta, PT. Tatanusa, 2000.

Hamzah, Andi. *Hukum Acara Pidana Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika, 2008.

Harahap, Isnani, dkk. *Hadis-hadis Ekonomi, Cet. 1*. Jakarta: Kencana, 2015.

Harahap, Yahya. *Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek di Indonesia Berdasarkan UU No. 19/1992*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 1996.

Haroen, Nasrun. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007.

Hidayah, Khoirul. *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. Malang: Setara Press, 2017.

Hutagalung, Sophar Maru. *Praktik Peradilan Perdata Teknis Menangani Perkara di Pengadilan*. Jakarta: Sinar Grafika, 2011.

Izza, Muh. *Ekonomi Mikro: Pendekatan Ideologis Islam*. Pekalongan: Penerbit NEM, 2021.

Jened, Rahmi. *Hukum Merek Trademark Law Dalam Era Global dan Integrasi Ekonomi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2015.

Marzuki, Peter Mahmud. *Penelitian Hukum Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005.

Mertokusumo, Sudikno. *Hukum Acara Perdata Indonesia*. Yogjakarta: Liberty, 2009.

Mungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologi Ke Arah Ragam Varian Kontemporer*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007.

Nugroho, Susanti Adi. *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia Dalam Teori dan Praktik serta Penerapan Hukumnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group 2012.

Purwaka, Tommy Hendra. *Perlindungan Merek*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2017.

Rahmadi, Takdir. *Mediasi Penyelesaian Sengketa Melalui Pendekatan Mufakat*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2017.

Riswandi, Budi Agus dan Syamsudin. *Hak Kekayaan Intelektual dan Budaya Hukum*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004.

Sadr, Abul Hasan Bani. *Ekonomi Islam: Kepemilikan dan Ekonomi Tauhid" dalam Etika Ekonomi Politik: Elemen-elemen Strategis Pembangunan Masyarakat Islam*. Surabaya: Risalah Gusti, 1997.

Saidin, OK. *Aspek Hukum Kekayaan Intelektual*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004.

Santoso, Lukman dan Yahyanto. *Pengantar Ilmu Hukum*. Malang: Setara Press, 2016.

Soekarto, Soeryono. *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: UI Press, 1984.

Soelistyo, Henry. *Badfaith Dalam Hukum Merek, Cet.II*. Yogyakarta: PT Maharsa Artha Mulia, 2017.

Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah, Cet. 1*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002.

Triono, Dwi Condro. *Ekonomi Islam Madzhab Hamfara Jilid I Falsafah Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Irtikaz, 2014.

Yuhassarie, Emmy. *Hak Kekayaan Intelektual dan Perkembangannya*. Jakarta: Pusat Pengkajian Hukum, 2005.

Yusanto, M. Ismail dan M. Arif Yunus. *Pengantar Ekonomi Islam*. Bogor: Al-Azhar Press, 2009.

Artikel Jurnal

Adonara, Firman Floranta. "Prinsip Kebebasan Hakim dalam Memutus Perkara Sebagai Amanat Konstitusi," *Jurnal Konstitusi*, Vol. 12, No. 2, (2015): 218 – 236 https://media.neliti.com/media/publications/110883-ID-prinsip-kebebasa n-hakim-dalam-memutus-pe.pdf

Adryani, Vira, dan Christine S. T. Kansil. "Perlindungan Hukum Merek Terkenal Terhadap Pengaturan Prinsip Persamaan Pada pokoknya yang Diajukan dengan Itikad Tidak Baik (Studi Putusan Mahkamah Agung Nomor: 92K/Pdt.Sus-HKI/2017)," *Jurnal Hukum Adigama*, Vol. 3, No. 2 (2020): 874 – 895. https://journal.untar.ac.id/index.php/adigama/article/view/10596/6771

Faradz, Haedah. "Perlindungan Hak Atas Merek", *Jurnal Dinamika Hukum*, Vol. 8, No. 1 (2008): 38 - 42 http://dinamikahukum.fh.unsoed.ac.id/index.php/JDH/ article/ view /27/207

Haryadi, R. Eddy. "Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Merek Terhadap Pelanggaran Merek Menurut UU Merek Indonesia", *Yuriska: Jurnal Ilmiah Hukum*, Vol. 2, No. 1 (2017): 126 https://repository.ugm.ac.id/id/eprint/62793

Hidayat, Ade. "Konsep Haki Dalam Hukum Islam Dan Implementasinya Bagi Perlindungan Hak Merek Di Indonesia," *Adliya*, Vol. 8 No. 1, (2014): 163 – 184, https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/ adliya/article/view/8626

Huda, Nurul dan Rohmah Miftahul Jannah. "Perlindungan Hak Merek Dagang Menurut Hukum Islam," *Suhuf*, Vol. 24, No. 1, (2012): 1 – 13, https://publikasiilmiah.ums.ac.id/bitstream/handle/11617/2909/1.%20NURUL%20HUDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Humaedi Abdurahman. "Asas *First To File Principal* Dalam Kasus Hak Merek Nama Terkenal Bensu," *Aktualita*, Vol. 3 No. 1 (2020): 441, https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/aktualita/article/download/6056/pdf.

Musyafa, M. "Kekayaan Intelektual Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Al-Iqtishad*, Vol. V, No. 1, (2013): 47, https://media.neliti.com/media/publications/195013-ID-kekayaan-intelektual-dalam-perspektif-ek.pdf

Nashar. "Islām Dan Perekonomian Islām Dalampemerintahan Modern," *al-Ihkā,* Vol. IV No. 1 (2009): 114, http://ejournal.iainmadura.ac.id/index.php/alihkam/ article/view/ 266/257

Nasution, Khairul Bahri. "Konsep Hak Milik Dalam Fiqh Islam (Analisis Filosofis Terhadap Pengaturan Kepemilikan Dalam Islam)", *Eksya,* Vol.1 No. 2 (2020): 82 https://jurnal.stain-madina.ac.id/index.php/Islamiccircle/article/view/303/261

Sari D., Siti Nurul Intan. “Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal Berdasarkan Konvensi Paris Dan Perjanjian Trips Serta Penerapannya Berdasarkan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek,” *Jurnal Yuridis*, Vol. 2 No. 2 (2015): 166, https://media.neliti.com/media/publications/ 282106-perlindungan-hukum-terhadap-merek-terken-008a3b67.pdf

Sari, Novita Permata dan Ni Luh Gede Astariyani. ”Pengajuan Gugatan Ganti Rugi Merek Terkenal Berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016”, *E-Journal Ilmu Hukum Kertha Wicara*, Vol. 8 No. 3 (2019): 9 – 10 https://ojs.unud.ac.id/ index.php/kerthawicara/article/view /50510.

Semaun, Syahriyah. “Perlindungan Hukum Terhadap Merek Perdagangan Barang dan Jasa,” *Jurnal Hukum Diktum*, Vol. 14, No. 1, (2016): 109 https://media.neliti.com/media/publications/285465-perlindungan-hukum-terhadap-merek-perdag-0e435830.pdf

Simanjuntak, Enrico. “Peran Yurisprudensi dalam Sistem Hukum di Indonesia,” *Jurnal Konstitusi*, Vol. 16, No. 1, (2019): 100, https://media.neliti.com/media/ publications/277129-none-20dbdb16.pdf

Sitepu, Vania Isura. “Pelaksanaan Prinsip First To File dalam Penyelesaian Sengketa Merek Dagang Asing di Pengadilan (Studi Kasus tentang Gugatan Pencabutan Hak Merek “TOAST BOX” oleh BreadTalk Pte.Ltd No: 02/Merek/2011/PN.Niaga/Medan),” *Jurnal USU*, Vol. 3 (2015): 1 – 2 https://jurnal.usu.ac.id/index.php/premise/article/view/9686/4254

Yusdani. “Sumber Hak Milik dalam Perspektif Hukum Islam”, *Al Mawarid*, Vol. IX (2003): 59 https://media.neliti.com/media/publications/25985-EN-sumber-hak-milik-dalam-perspektif-hukum -Islam.pdf

Skripsi

Hasibuan, Fahrizal Rahman. “Perlindungan Hukum Terhadap Pemilik Merek Terdaftar Terkait Pemalsuan Merek (Studi Kasus Tentang Merek Cressida dan Damor)”, Undergraduate thesis, Universitas Sumatera Utara, 2019. http://repositori.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/20928/150200238.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Setia, Adi. “Analisis Yuridis Putusan No. 1105K/PDT.SUS-HKI/MEREK/2018 PN Niaga Jakarta Pusat Mengenai Sengketa Merek Terkenal Antara DC Comics dan PT. Marxing Farm Makmur”, Undergraduate thesis, UPN “Veteran” Jawa Timur, 2020. http://repository.upnjatim.ac.id/628/

Wahyuni, Santi Dwi. “Perlindungan Hukum Pemegang Merek Terhadap Passing Off Terkait Public Misleading Di Indonesia”, Skripsi, Universitas Negeri Semarang, 2020. http://lib.unnes.ac.id/41825/1/8111416122.pdf

Yogaskara H, Dimas. “Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Hak Atas Merek Dalam Sengketa Antara Merek Gudang Garam Dengan Merek Gudang Baru Dihubungkan Dengan Undang – Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis”, Skripsi, Universitas Pasundan, 2017. http://repository.unpas.ac.id/31750/

Website

Amrikasari, Risa "Ini Perbedaan Merek Biasa, Merek Terkenal, dan Merek Termasyhur," *Hukumonline.com*, 18 Februari 2019, diakses 31 Maret 2021, https://www.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/lt5563c921eed12/ini-perb edaan-merek-biasa--merek-terkenal--dan-merek-termasyhur

Dewansyah, Bilal. "Undang-Undang Dicabut, Apakah Peraturan Pelaksanaannya Masih Berlaku?," *Hukumonline.com*, 26 Mei 2014, diakses pada 22 Agustus 2021, https://www.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/lt5330cceab87f6/undang-undang-dicabut--apakah-peraturan-pelaksanaan nya-masih-berlaku

Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM RI, Struktur Organisasi, diakses 24 Agustus 2021, https://www.dgip.go.id/tentang-djki/struktur-organisasi/direktorat-jenderal-kekayaan-intelektual

Hasanudin "Pertimbangan Hukum Hakim Dalam Putusan Perkara Perdata Dengan Menggunakan Terjemahan Burgerlijk Wetboek," *PN-TILAMUTA.GO.ID*, 12 Juli 2016, diakses pada tanggal 10 Agustus 2021, https://pn-tilamuta.go.id/2016/07/12/pertimbangan-hukum-hakim-dalam-putusan-perkara-perdata-dengan-menggunakan-terjemahan-burgerlijk-wetboek/

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) "Kamus versi online/daring (dalam jaringan)," diakses 30 September 2021, https://kbbi.web.id/

Sidik, Syahrizal "Kalah Lawan Orang Tua di Merek Pasta Gigi, Unilever Kasasi," *CNBC Indonesia*, 14 Januari 2021, diakses 27 Januari 2021, https://www.cnbcindonesia.com/market/20210114160013-17-216006/kalah-lawan-orang-tua-di-merek-pasta-gigi-unilever-kasasi

Wibisono, Yusuf "Kebijakan Islam dalam Pengelolaan Kepemilikan Umum," Muslimahnews, 22 Februari 2018, diakses tanggal 10 Agustus 2021, https://www.muslimahnews.com/2018/02/22/kebijakan-Islam-dalam-pengelolaan-kepemilikan-umum/

Peraturan

Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2009 Tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1985 Tentang Mahkamah Agung.

Undang – Undang Nomor 48 Tahun 2009 Tentang Kekuasaan Kehakiman.

Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 49 Tahun 2009 Tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1986 Tentang Peradilan Umum.

Undang – Undang No. 30 Tahun 2014 Tentang Administrasi Pemerintahan.

Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 12 Tahun 2021 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

LAMPIRAN 1

Direktori Putusan Mahkamah Agung Republik Indonesia
putusan.mahkamahagung.go.id

PUTUSAN

Nomor 30/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst.

DEMI KEADILAN BERDASARKAN KETUHANAN YANG MAHA ESA

Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat yang memeriksa dan mengadili perkara gugatan Hak Kekayaan Intelektual -Merek pada tingkat pertama, telah menjatuhkan putusan sebagai berikut dalam perkara antara:

HARDWOOD PRIVATE LIMITED, beralamat di 80 Robinson Road #17-02 Singapore 68898, diwakili oleh **Ng Chee Wooi Michael**, selaku Direktur, dalam hal ini memberikan Kuasa Khusus kepada **Insan Budi Maulana**, **Ananda Ramadhan Maulana**, Rizkyamanda Rani, Arya Wirawan, **Andhika Putera**, para Advokat dan Asisten Advokat pada **MAULANA AND PARTNERS Law Firm**, yang berkantor di Mayapada Tower, Lantai 5, Jalan Jenderal Sudirman Kavling 28, Jakarta 12920, berdasarkan Surat Kuasa Khusus tanggal 5Maret 2020, selanjutnya disebut sebagai **Penggugat**;

Lawan:

PT. UNILEVER INDONESIA, Tbk., suatu badan hukum yang didirikan berdasarkan hukum Negara Republik Indonesia, beralamat di Graha Unilever, Jl. BSD Boulevard Barat Green Office Park Kavling 3, BSD City, Tangerang, 15345, selanjutnya disebut sebagai **Tergugat**;

Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeritersebut;

Telah membaca berkas perkara dan surat-surat yang bersangkutan;

Telah membaca dan memerhatikan:

1. Surat Penetapan Ketua Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat tanggal 29 Mei 2020, Nomor 30/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga Jkt.Psttentang Penunjukan Majelis Hakim yang memeriksa dan mengadili perkara ini;
2. Surat Panitera Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat 30/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga Jkt.Pst tanggal 29Mei 2020 tentang

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berusaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

Penunjukan Panitera Pengganti untuk mendampingi Majelis Hakim dalam memeriksa dan mengadili perkara ini;

3. Surat Penetapan Hakim Pengadilan Negeri Jakarta Pusat tanggal 29 Mei 2020 Nomor 30/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga Jkt.Pst tentang Penetapan Hari Sidang pemeriksaan perkara ini;
4. Surat-surat lain yang bersangkutan dalam Berkas Perkara ini;

Telah mendengar kedua belah pihak yang berperkara;

Telah membaca dan meneliti alat bukti surat atau tulisan, keterangan saksi dan pendapat Ahli yang diajukan Penggugat dan Tergugat dipersidangan;

TENTANG DUDUK PERKARA

Menimbang, bahwa Penggugat dengan surat gugatannya tanggal 28 Mei 2020 yang diterima dan didaftarkan di Kepaniteraan Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat pada tanggal 29 Mei 2020 dibawah Register Nomor 30/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst, telah mengajukan **gugatan ganti rugi atas pelanggaran Merek "STRONG" Kelas 3, Daftar Nomor IDM000258478berdasarkan Pasal 83 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis,** sebagai berikut:

I. Penggugat adalah Pemilik Merek "STRONG", Kelas 3, Daftar Nomor IDM000258478

1. Bahwa Penggugat adalah pemilik Merek "STRONG", Kelas 3, yang telahmendaftarkan dan menggunakan merek tersebut pertama kali di RepublikIndonesia dengan nomor pendaftaran sebagai berikut:

Nomor	Merek	Jenis Barang	Sejak
1.	Strong IDM000258478	Pasta gigi, sediaan-sediaan untuk membersihkan gigi palsu, obat gosok gigi, obat kumur bukan untuk keperluan medis, larutan kumur bukan untuk keperluan medis	2008

2. Bahwa selain Merek "STRONG", Kelas 3 yang telah terdaftar dan digunakan di Indonesia, Penggugat juga telah mendaftarkan dan mengajukan proses permohonan pendaftaran merek "STRONG" dengan varian dan dengan merek-merek,sebagai berikut:

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berupaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

Nomor	Merek	Jenis Barang	Sejak
1.	Formula Strong IDM000258479	Pasta gigi, sediaan-sediaan untuk membersihkan gigi palsu, obat gosok gigi, obat kumur bukan untuk keperluan medis, larutan kumur bukan untuk keperluan medis	2008
2.	STRONG PROTECTOR IDM000447796	Pasta gigi; obat kumur (mouthwash); mouth spray; sediaan-sediaan pemeliharaan gigi; sediaan-sediaan untuk membersihkan; sabun-sabun; sabun mandi termasuk sabun deodorant anti keringat; sabun cuci tangan; kosmetika; deodorant; cologne; parfume; losion tubuh; losion rambut	2012
3.	FORMULA STRONG HERBAL DID2019053427	Sampo rambut 3-in-1; Sediaan pemutih dan bahan lain untuk keperluan binatu; baby oil [perlengkapan mandi]; batu apung buatan; batu apung untuk penggunaan pribadi; bulu mata palsu; cat kuku dan penghapus cat kuku; deodoran untuk penggunaan pribadi; dupa; eyeliner; hair spray; hio; kapas untuk keperluan kosmetik; kemenyan; kondisioner rambut; kosmetik; krim pelembab, lotion dan gel; krim pra-cukur; lipstik; lotion untuk tubuh; lotion pembersih gigi; make-up bedak; maskara; minyak esensial untuk keperluan kosmetik; minyak kosmetik; minyak parfum; minyak rambut; obat kumur, bukan untuk keperluan medis; pasta gigi; pembersih wajah;	2019

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berupaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

		pensil alis; pensil eyeliner; perona mata; sabun cuci; sabun dan deterjen; sabun mandi dalam bentuk cair, padat atau gel; sediaan kosmetik untuk perawatan mulut dan gigi; sediaan pengeriting rambut; sediaan setelah bercukur; sediaan untuk membersihkan gigi; sediaan untuk perawatan tubuh dan kecantikan; semir sepatu dan boot; strip pemutih gigi; susu pelembab; susu pembersih; susu tubuh; tisu sekali pakai diresapi dengan senyawa pembersih untuk digunakan pada wajah; wewangian alami;	
4.	**FORMULA STRONG PROTECTION** DID2020002706	Kolonye; Sabun mandi, deodoran; Sediaan pemeliharaan gigi; Sediaan-sediaan untuk membersihkan; deodoran; kosmetik; losion rambut; losion untuk tubuh; obat kumur, bukan untuk keperluan medis; parfum; pasta gigi; penyegar nafas; sabun cuci tangan; sabun-sabun;	2020
5.	**STRONG PROTECTION** DID2020002707	Kolonye; Sabun mandi, deodoran; Sediaan pemeliharaan gigi; Sediaan-sediaan untuk membersihkan; deodoran; kosmetik; losion rambut; losion untuk tubuh; obat kumur, bukan untuk keperluan medis; parfum; pasta gigi; penyegar nafas; sabun cuci tangan; sabun-sabun;	2020

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berusaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

3. Bahwa berdasarkan fakta-fakta di atas, dengan demikian, berdasarkan Pasal 1 ayat (5) UU Merek, Penggugat merupakan pihak yang memiliki hak eksklusif dari Negara atas Merek "**Strong**", Merek "**Formula Strong**",dan Merek "**STRONG PROTECTOR**",untuk menggunakan atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakan merek tersebut, dan juga untuk melakukan tindakan hukum terhadap pihak lain yang menggunakan merek tersebut secara tanpa hak dan tanpa seizin Penggugat sebagaimana diatur dalam Pasal 83 UU Merek;

II. Penggugat Secara Efektif Menggunakan Merek "STRONG" yang Merupakan Merek Terkenal di Wilayah Republik Indonesia

1. Bahwa Penggugatsecara efektif menggunakan Merek "STRONG" di wilayah Republik Indonesia, dengan cara memproduksi, mendistribusikan,dan mempromosikan produk pasta gigi Merek "STRONG" beserta variannya, yaitu merek: "FORMULA STRONG", "FORMULA STRONG PROTECTOR","FORMULA STRONG PROTECTION dan "FORMULA STRONG HERBAL" di wilayah Negara Republik Indonesia dengan produk dan variannya, sebagai berikut:

a. Pasta gigi merek "STRONG" dengan varian "FORMULA STRONG":

	Merek **Strong,** IDM000258478, Kelas 3, Pasta gigi, sediaan-sediaan untuk membersihkan gigi palsu, obat gosok gigi, obat kumur bukan untuk keperluan medis, larutan kumur bukan untuk keperluan medis.
	Merek **Formula Strong,** IDM000447796, Kelas 3, Pasta gigi, sediaan-sediaan untuk membersihkan gigi palsu, obat gosok gigi, obat kumur bukan untuk keperluan medis, larutan kumur bukan untuk keperluan medis.

b. Pasta gigi Merek "STRONG" dengan varian "FORMULA STRONG PROTECTOR":

	Merek **Strong,**IDM000258478, Kelas 3, Pasta gigi, sediaan-sediaan untuk membersihkan gigi palsu, obat gosok gigi, obat kumur bukan untuk keperluan medis, larutan kumur bukan untuk keperluan medis.

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berupaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

	Merek **Formula Strong,** IDM000447796, Kelas 3, Pasta gigi, sediaan-sediaan untuk membersihkan gigi palsu, obat gosok gigi, obat kumur bukan untuk keperluan medis, larutan kumur bukan untuk keperluan medis.
	Merek **STRONG PROTECTOR,** IDM000447796, Kelas 3, Pasta gigi; obat kumur (mouthwash); mouth spray; sediaan-sediaan pemeliharaan gigi; sediaan-sediaan untuk membersihkan; sabun-sabun; sabun mandi termasuk sabun deodorant anti keringat; sabun cuci tangan; kosmetika; deodorant; cologne; parfume; losion tubuh; losion rambut.

c. Pasta gigi Merek "STRONG" dengan varian "FORMULA STRONG PROTECTION":

	Merek **Strong,** IDM000258478, Kelas 3, Pasta gigi, sediaan-sediaan untuk membersihkan gigi palsu, obat gosok gigi, obat kumur bukan untuk kepertuan medis, larutan kumur bukan untuk keperluan medis.
	Merek **STRONG PROTECTION,** DID2020002707, Kelas 3, Kolonye; Sabun mandi, deodoran; Sediaan pemeliharaan gigi; Sediaan-sediaan untuk membersihkan; deodoran; kosmetik; losion rambut; losion untuk tubuh; obat kumur, bukan untuk keperluan medis.
	Merek **FORMULA STRONG PROTECTION,** DID2020002706, Kelas 3, Kolonye; Sabun mandi, deodoran; Sediaan pemeliharaan gigi; Sediaan-sediaan untuk membersihkan; deodoran; kosmetik; losion rambut; losion untuk tubuh; obat kumur, bukan untuk keperluan medis; parfum; pasta gigi; penyegar nafas; sabun cuci tangan; sabun-sabun.

d. Pasta gigiMerek "STRONG"dengan varian "FORMULA STRONG HERBAL":

	Merek **Strong,** IDM000258478, Kelas 3, Pasta gigi, sediaan-sediaan untuk membersihkan gigi palsu, obat gosok gigi, obat kumur bukan untuk

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berupaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

	kepertuan medis, larutan kumur bukan untuk keperluan medis
	Merek **Formula Strong**, IDM000258479, Kelas 3, Pasta gigi, sediaan-sediaanuntuk membersihkan gigi palsu, obat gosok gigi, obat kumur bukan untuk keperluan medis, larutan kumur bukan untuk keperluan medis
	Merek **FORMULASTRONG HERBAL**, DID2019053427, Kelas 3, Sampo rambut 3-in-1; baby oil [perlengkapan mandi]; batu apung buatan; batu apung untuk penggunaan pribadi; bulu mata palsu; cat kuku dan penghapus cat kuku; deodoran untuk penggunaan pribadi; dupa; eyeliner; hair spray; hio; kapas untuk keperluan kosmetik; kemenyan; kondisioner rambut; kosmetik; krim pelembab, lotion dan gel; krim pra-cukur; lipstik; losion untuk tubuh; lotion pembersih gigi; make-up bedak; maskara; minyak esensial untuk keperluan kosmetik; minyak kosmetik; minyak parfum; minyak rambut; obat kumur, bukan untuk keperluan medis; pasta gigi; pembersih wajah; pensil alis; pensil eyeliner; perona mata; sabun cuci; sabun dan deterjen; sabun mandi dalam bentuk cair, padat atau gel; sediaan kosmetik untuk perawatan mulut dan gigi; sediaan pengeriting rambut; sediaan setelah bercukur; sediaan untuk membersihkan gigi; sediaan untuk memutihkan dan mencuci; sediaan untuk perawatan tubuh dan kecantikan; semir sepatu dan boot; strip pemutih gigi; susu pelembab; susu pembersih; susu tubuh; tisu sekali pakai diresapi dengan senyawa pembersih untuk digunakan pada wajah; wewangian alami.

III. Merek "STRONG" Milik Penggugat adalah Merek Terkenal

1. Bahwa selain itu, ketentuan-ketentuan dalam perjanjian-perjanjian atau konvensi-konvensi internasional di bidang Kekayaan Intelektual, dan Yurisprudensi-Yurisprudensi Mahkamah Agung, juga **secara tegas memberikan perlindungan terhadap merek terkenal, maka Negara Republik Indonesia berkewajiban memberikan perlindungan hukum terhadap merek terkenal**;

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berupaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

2. Bahwa merek "STRONG" milik Penggugat merupakan merek terkenal yang dapat dibuktikan dengan telah lama digunakan dan telah banyak investasi yang dilakukan Penggugat,mempromosikanmerek tersebut baik secara konvensional di media cetak dan non-konvensional (*online*), yang akan Penggugat sampaikan saat pembuktian;

3. Dengan demikian, Merek "STRONG" milik Penggugat yang merupakan suatu merek terkenal untuk produk pasta gigi sudah seharusnya mendapat perlindungan hukum di Negara Republik Indonesia demi melindungi kepentingan hukum Penggugat;

IV. Tergugat Telah Melanggar Merek Terkenal "STRONG" Milik Penggugat

1. Bahwa berdasarkan bukti-bukti yang akan disampaikan dalam persidangan, sejak tahun 2019 ternyata Tergugat telah memproduksi, mempromosikan, dan/atau menjual produk pasta gigi dengan mencantumkan Merek "STRONG" yang serupa dengan Merek "STRONG" milik Penggugat di wilayah Negara Republik Indonesia secara tanpa hak dan tanpa seizin Pengugat;

2. Bahwa produk pasta gigi Tergugat dengan Merek "STRONG", berdasarkan tampilan di bawah ini secara jelas serupa dengan Merek **Strong** ", Merek " **Formula Strong**", dan Merek "**STRONG PROTECTOR**", yang telah terdaftar, milik Penggugat, yaitu:

PRODUK PENGGUGAT	PRODUK TERGUGAT
	
	
	

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berupaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)



3. Bahwa dengan adanya persamaan-persamaan tersebut di atas, maka sejakTergugat memproduksi, mempromosikan, mengedarkan dan/atau menjual produk pasta gigi yang menggunakan merek yang serupa dengan merek "STRONG" milik Penggugat di wilayah Negara Republik Indonesia secara tanpa hak dan tanpa seizin dari Penggugat, hal ini **berakibat menyesatkan konsumen karena mengira produk pasta gigi Tergugat tersebut mempunyai relasi dengan pasta gigi Merek "STRONG" milik Penggugat**;
4. Bahwa ternyata sampai dengan tanggal pengajuan Gugatan Ganti Rugi ini, produk pasta gigi Tergugatyang menggunakan Merek "STRONG" masih beredar, dipromosikan, dan dijual di wilayah Negara Republik Indonesia sehingga tindakan Tergugat dengan tetap menggunakan Merek "STRONG" di wilayah Negara Republik Indonesia tersebut jelas merupakan tindakan pelanggaran terhadap Merek "STRONG" milik Penggugat dan tindakan Tergugattelah memenuhi ketentuan Pasal 83 ayat (1) UU Merek;
5. Bahwa Pasal 83 ayat (1) UU Merek, menyatakan:

> "***Pemilik Merek terdaftar*** *dan/atau penerima Lisensi Merek terdaftar* ***dapat mengajukan gugatan 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.*"

6. Bahwa sejak tahun 2019, tindakan Tergugat yang menggunakan Merek "STRONG" yang serupa dengan Merek "STRONG" milik Penggugat untuk jenis barang pasta gigi telah mengakibatkan kerugian yang besar terhadap penjualan dan keuntungan yang seharusnya diterima oleh Penggugat;
7. Bahwa sebelum Penggugat mengajukan Gugatan Ganti Rugi ini, Penggugat telah memperingatkan Tergugat untuk menghentikan penggunaan Merek "STRONG" pada produk pasta gigi Tergugat, namun, peringatan tersebut tidak diindahkan oleh Tergugat, dan sampai kini

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berupaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

Tergugat masih tetap memproduksi, mempromosikan, mengedarkan, dan/atau menjual produk pasta gigi dengan menggunakan Merek "STRONG sehingga cukup alasan bagi Penggugat untuk mengajukan Gugatan Ganti Rugi ini;

8. Dengan demikian, tindakan Tergugat tersebut merupakan suatu bukti nyata itikad buruk Tergugat terhadap Penggugat sebagai pemilik sah dari Merek "STRONG", dan tindakan Tergugat tersebut sangat merugikan Penggugat sehingga sudah sepatutnya Gugatan Ganti Rugi ini diterima oleh Pengadilan Niaga Jakarta pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat;

V. Penggugat Telah Menderita Kerugian Akibat Tindakan Tergugat Yang Melanggar Merek "STRONG" Milik Tergugat

1. Bahwa perbuatan Tergugatyang menggunakan, mengedarkan, mempromosikan, dan menjualproduk Merek "STRONG" di wilayah Negara Republik Indonesia mengakibatkan kerugian yang besar bagi Penggugat;
2. Bahwa atas tindakan Tergugat tersebut di atas, kerugian yang diderita oleh Penggugat adalah **sejumlahRp108.040.382.324,00 (seratus delapan miliar empat puluh juta tiga ratus delapan puluh dua ribu tiga ratus dua puluh empat rupiah)**,dengan rincian sebagai berikut:

A. Kerugian Materiil yang diderita oleh Penggugat adalah sejumlah Rp33.040.382.324,00 (tiga puluh tiga miliar empat puluh juta tiga ratus delapan puluh dua ribu tiga ratus dua puluh empat rupiah), dengan perincian sebagai berikut:

1) Kerugian Materiil sebesar Rp17.236.800.000,00 (tujuh belas miliar dua ratus tiga puluh enam juta delapan ratus ribu rupiah) yang diakibatkan karena penurunan keuntungan yang seharusnya diterima oleh Penggugat selama tahun 2019, namun malah diterima oleh Tergugat, karena Tergugat telah menjual produk pasta gigi dengan menggunakan Merek "STRONG", dengan penjelasan, sebagai berikut:

a) Omset (per bulan) Penggugat yang tidak mencapai target yang telah ditetapkan dan bahkan omset (per bulan) tersebut turun jumlahnya dibandingkan dengan omset (per bulan) tahun sebelumnya, padahal sebelumnya omset (per bulan) Penggugat terus meningkat jumlahnya (dapat dilihat pada tabel di bawah ini);

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berusaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

Tahun	Jumlah Omset
2014	Rp 2.428.000.000,00 / bulan
2015	Rp 3.928.000.000,00 / bulan
2016	Rp 4.932.000.000,00 / bulan
2017	Rp 5.220.000.000,00 / bulan
2018	Rp 5.720.000.000,00 / bulan
2019	Rp 4.599.000.000,00 / bulan

b) Berdasarkan tabel di atas, Omset Penggugat selalu naik dan untuk tahun 2019 Penggugat memproyeksikan kenaikan Omset (per bulan)sebesar 13,67% (±14%) dibandingkan omset (per bulan) tahun 2018;

c) Dengan proyeksi tersebut, Penggugat seharusnya pada **tahun 2019 mendapatkan rata-rata omsetsejumlah Rp6.502.000.000,00 (enam miliar lima ratus dua juta Rupiah) / bulan**, namundengan adanya produk Tergugat, omset (per bulan) Penggugat tahun 2019**hanya** sejumlah Rp4.599.000.000,00 (empat miliar lima ratus sembilan puluh sembilan juta rupiah) / bulan;

d) Berdasarkan huruf c) di atas, Penggugat**mengalami kehilangan omset senilai Rp1.903.000.000**,00 (satu miliar sembilan ratus tiga juta rupiah) / bulan;

e) Dibandingkan dengan Omset (per bulan) Penggugat pada tahun 2018, omset Penggugat pada tahun 2019 turun sejumlah Rp1.121.000.000,00 (satu miliar seratus dua puluh satu juta rupiah) / bulan;

f) Potensi pertumbuhan omset yang seharusnya diterima oleh Penggugat tetapi malah diterima oleh Tergugat, karena Tergugat menggunakan Merek "STRONG" milik Penggugat, yaitu sejumlah Rp2.885.000.000,00 (dua miliar delapan ratus delapan puluh lima juta rupiah) / bulan;

g) Oleh karena itu, Kerugian Materiil Penggugat akibat kehilangan omset dan kehilangan potensi pertumbuhan omset adalah sejumlah:

Kehilangan Omset	Rp1.903.000.000,00 / bulan
Kehilangan Potensi Pertumbuhan Omset	Rp2.885.000.000,00 / bulan
Total kehilangan omset	Rp4.788.000.000,00 / bulan
Gross Margin 30% dari total kehilangan omset	Rp1.436.400.000,00 / bulan
Total kehilangan *gross margin* (keuntungan) selama 1 (Satu) Tahun	**Rp17.236.800.000,00**

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berupaya untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

2) **Kerugian Materiil yang merupakan biaya membangun Merek STRONG selama tahun 2019, yaitu sejumlahRp15.803.582.324,00** (lima belas miliar delapan ratus tiga juta lima ratus delapan puluh dua ribu tiga ratus dua puluh empat rupiah), dengan perincian sebagai berikut:

Jenis Biaya	Jumlah
Iklan di TV Komersial & Digital	Rp6.770.308.584,00
Kampanye Offline	Rp 97.273.740,00
Promosi di Pasar Modern	Rp6.498.000.000,00
Promosi di Pasar Tradisional	Rp2.438.000.000,00

B. Kerugian Immateriil sejumlah Rp75.000.000.000,00 (tujuh puluh lima miliar Rupiah), yang merupakan biaya untuk membangun reputasi merek STRONG kembali karena telah terjadi penurunan citra produk pasta gigi merek STRONG milik Penggugat, yang sebelumnya merepresentasikan produk dengan fungsi yang lebih baik, dibandingkan dengan produk pasta gigi lainnya. Namun, karena di pasar dijual produk pasta gigi dengan menggunakan merek STRONG yang bukan milik Penggugat, maka secara tidak langsung mempengaruhi citra konsumen terhadap pasta gigi merek STRONG milik Penggugat;

3. Dengan demikian, Penggugat mohon kepada Pengadilan Niaga Jakarta pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat untuk menerima Gugatan Ganti Rugi ini dan menghukum Tergugat untuk membayar kerugian-kerugian yang diderita oleh Penggugat, baik Kerugian Materiil maupun Kerugian Immateriil;

VI. Permohonan Provisi

1. Bahwa berdasarkan Pasal 83 ayat (1) UU Merek, Penggugat memiliki hak untuk meminta kepada Pengadilan Niaga Jakarta pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat untuk menghentikan semua perbuatan Tergugat yang berkaitan dengan penggunaan Merek "STRONG" milik Penggugat;

2. Bahwa Pasal 83 ayat (1) UU Merek menyatakan:

> "***Pemilik Merek terdaftar*** *dan/atau penerima Lisensi Merek terdaftar* ***dapat mengajukan gugatan 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***."

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berupaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

3. Bahwa oleh karena Tergugat secara terus menerus memproduksi, mempromosikan, mengedarkan, dan/atau menjual produk-produk pasta gigi dengan menggunakan Merek "STRONG" dan tidak mengindahkan peringatan dari Penggugat, maka Penggugat mengajukan Permohonan Provisi kepada Pengadilan Niaga Jakarta pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat;

4. Dengan demikian, untuk mencegah kerugian Penggugat yang lebih besar akibat penggunaan tanpa hak dan tanpa izin atas Merek "STRONG" milik Penggugatoleh Tergugat, maka Penggugat mohon dengan hormat kepada Pengadilan Niaga Jakarta pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat untuk memerintahkan Tergugat menghentikan produksi, promosi, peredaran, dan/atau penjualan, serta menarik kembali dari pasaran seluruh produk pasta giginya yang menggunakan Merek "STRONG" tersebut;

Berdasarkan alasan-alasan dan pertimbangan hukum di atas, Penggugat mohon kepada Pengadilan Niaga Jakarta pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat agar berkenan memberikan putusan, sebagai berikut:

DALAM PROVISI

1. Memerintahkan Tergugat untuk menghentikan produksi, promosi, peredaran, dan/atau penjualan pasta gigi yang menggunakan Merek "STRONG" yang serupa dengan Merek "STRONG" milik Penggugat di seluruh wilayah Republik Indonesia;

2. Memerintahkan Tergugat untuk menarik kembali dari pasaran dan memusnahkan seluruh produk pasta gigi Tergugat yang menggunakan Merek "STRONG" yang serupa dengan Merek "STRONG" milik Penggugat diseluruh wilayah Republik Indonesia;

DALAM POKOK PERKARA

1. Mengabulkan Gugatan Penggugat untuk seluruhnya;

2. Menyatakan Merek "STRONG", Daftar Nomor IDM000258478, Kelas 3 milik Penggugat adalah merek terkenal di Negara Republik Indonesia;

3. Menyatakan pasta gigi Tergugat yang menggunakan Merek "STRONG" serupa dan memiliki persamaan pada pokoknya dengan Merek 'STRONG",

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berupaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

Daftar Nomor IDM000258478, Kelas 3, milik Penggugat;

4. Menyatakan Tergugat telah melanggar Merek 'STRONG", Daftar Nomor IDM000258478, Kelas 3, milik Penggugat, sejak tahun 2019 sampai dengan saat ini;

5. Menghukum Tergugat untuk membayar ganti rugi kepada Penggugat sejumlah Rp108.040.382.324,00 (seratus delapan miliar empat puluh juta tiga ratus delapan puluh dua ribu tiga ratus dua puluh empat rupiah), dengan perincian Kerugian Materiil sejumlah Rp33.040.382.324,00 (tiga puluh tiga miliar empat puluh juta tiga ratus delapan puluh dua ribu tiga ratus dua puluh empat rupiah) dan Kerugian Immateriil sejumlah Rp75.000.000.000,00 (tujuh puluh lima miliar rupiah);

6. Menghukum Tergugat untuk membayar seluruh biaya perkara;

Apabila Pengadilan Niaga Jakarta pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat berpendapat lain, mohon putusan yang seadil-adilnya (*ex aequo et bono*).

Menimbang, bahwa pada hari persidangan yang telah ditetapkan telah hadir menghadap Penggugat yang diwakili oleh Kuasa Hukumnya bernama **Ananda Ramadhan Maulana, S.H.** dan **Andhika Putera, S.H.** para Advokat pada Maulana and Partners Law Firm yang berkantor di Mayapada Tower, Lantai 5, Jalan Jenderal Sudirman Kavling 28, Jakarta 12920, berdasarkan Surat Kuasa Khusus tanggal 5 Maret 2020tercatat di bawah Legalisasi Protokol dan Konsuler Perwakilan Republik Indonesia di Singapura Nomor 1327/Kons-Leg/III/20 tanggal 10 Maret 2020 dan telah didaftarkan di Kepaniteraan Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat tanggal 8 Juli 2020 di bawah Register Surat Kuasa Nomor 1019/Leg.Srt.Kuasa/20/PN.Jkt.Pst tanggal 29 Mei 2020;

Menimbang, bahwa Tergugat telah dua kali dipanggil secara sah dan patut, namun tidak hadirmenghadap di persidangan, sedianya akan diperiksa secara verstek, dan ketika telah dibacakan surat gugatan Penggugat maupun ketika Penggugat akan menyerahkan alat bukti surat atau tulisan dalam acara pembuktian di persidangan, kemudian ternyata Tergugat hadir menghadap di persidangan yang diwakili oleh Kuasa Hukumnya bernama **Wiku Anindito, S.H.**, Advokat dan Konsultan Kekayaan Intelektualdari **Kantor Hukum Hadiputranto, Hadinoto & Partners**, yang beralamat kantor di Pasific Century

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berusaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

Place, Lantai #35, Kawasan Niaga Terpadu Sudirman Lot 10, Jalan Jenderal Sudirman Kav. 52-53, Jakarta 12910, Indonesia berdasarkan Surat Kuasa Khusus tanggal 17 Juni 2020, yang telah didaftarkan di Kepaniteraan Pengadilan Negeri Jakarta Pusat tanggal 8 Juli 2020 di bawah Register Surat Kuasa Nomor 1363/Leg.Srt.Kuasa/Advokat/Insidentil/PN.Jkt.Pst.;

Menimbang, bahwa atas hadirnya Tergugat yang diwakili oleh Kuasa Hukumnya tersebut di persidangan pada acara setelah gugatan Penggugat dibacakan dan sedianya Penggugat akan menyerahkan alat bukti surat atau tulisan, maka selanjutnya Majelis Hakim memberikan jeda waktu dan kesempatan secukupnya kepada Penggugat dan Tergugat tersebut untuk bermusyawarah secukupnya, yang akhirnya saling bersepakat untuk melanjutkan persidangan dengan Penggugat bersedia menerima hadirnya Tergugat tersebut, dan Penggugat setuju bahwa Tergugat diberikan hak dan kesempatan yang sama untuk memberikan Jawaban pertama (*verweer*) terhadap gugatan Penggugat *a quo* sesuai asas *audi et alteram partem*;

Menimbang, bahwa Majelis Hakim telah berusaha mendamaikan kedua belah pihak yang berperkara, namun tidak berhasil, dan selanjutnya dibacakan gugatan Penggugat *a quo*, yang dalil-dali gugatannya tetap dipertahankan oleh Penggugat;

Menimbang, bahwa terhadap gugatan Penggugat*a quo*, Tergugat telah mengajukan **Jawaban pertama** (*verweer*) di persidangan tanggal 15 Juli 2020, sebagai berikut:

Latar Belakang Fakta

Sebelum menyampaikan dalil-dalil eksepsi dan jawaban pokok perkara, perlu kiranya Tergugat menyampaikan latar belakang perkara ini, guna membantu Majelis Hakim yang terhormat memperoleh gambaran dan fakta terhadap perkara ini.

1. Bahwa, Tergugat merupakan salah satu perusahaan terkemuka yang didirikan sejak tahun 1933 yang merupakan anak perusahaan dari Unilever N.V., selaku perusahaan multinasional yang bergerak di bidang produk konsumen yang berpusat di Belanda;
2. Bahwa, Tergugat telah memproduksi dan mendistribusikan berbagai macam produk-produk kebutuhan konsumen, termasuk namun tidak terbatas pada produk pasta gigi dengan berbagai merek, termasuk merek "**PEPSODENT**";

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berusaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

3. Bahwa, merek "**PEPSODENT**" telah dimiliki oleh Unilever N.V. dan telah digunakan dan didaftarkan secara ekstensif di lebih dari 70 tahun yang lalu. Selanjutnya, merek "**PEPSODENT**" diproduksi dan dijual di berbagai negara tempat Tergugat beroperasi, termasuk Indonesia;

   Adapun contoh penggunaan merek-merek "**PEPSODENT**" tersebut yang diproduksi serta didistribusikan oleh Tergugat di Indonesia, antara lain sebagai berikut:



(Untuk selanjutnya disebut sebagai "Produk "PEPSODENT" Tergugat")

   Bahwa, informasi mengenai penggunaan dari merek-merek "**PEPSODENT**" tersebut dapat juga ditemukan secara daring (online), termasuk namun tidak terbatas pada situs http://tanyapepsodent.com, yang menunjukkan penggunaan dari merek-merek "**PEPSODENT**";

   Dari contoh penggunaan merek "**PEPSODENT**" tersebut, dapat dilihat bahwa unsur dominan yang terdapat pada kemasan tiap Produk "**PEPSODENT**" Tergugat adalah merek "**PEPSODENT**";

4. Adapun merek "**PEPSODENT**" didaftarkan oleh Unilever N.V., untuk jenis barang di kelas 3 dan 21 di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual cq. Direktorat Merek dan Indikasi Geografis ("**Direktorat Merek dan Indikasi Geografis**");

   Bahwa, Unilever N.V., telah mendaftarkan berbagai merek "**PEPSODENT**" beserta variasinya yang digunakan pada berbagai varian produk-produk "**PEPSODENT**" yang diproduksi dan diedarkan Tergugat, termasuk namun tidak terbatas pada merek-merek berikut:

No.	Merek	Kelas	Nomor Pendaftaran
1.	**PEPSODENT**	3	IDM000278528
2.	**PEPSODENT WHITENING**	3	IDM000423488

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berupaya untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu. Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

No.	Merek	Kelas	Nomor Pendaftaran
	123		
3.	**PEPSODENT ACTIFRESH**	3	IDM000458768
4.	**PEPSODENT ACTIWHITE**	3	IDM000360052
5.	**PEPSODENT ACTION 123**	3	IDM000422517
6.	**PEPSODENT CRYSTAL CALCIUM WHITE**	3	IDM000417934
7.	**PEPSODENT WHITE NOW**	3	IDM000247546
8.	**PEPSODENT JUNIOR**	3	IDM000023432
9.	**PEPSODENT COMPLETE CARE**	3	IDM000047958
10.	 (PEPSODENT)	3	IDM000625720
11.	 (PEPSODENT + LOGO)	3 dan 21	IDM000615630
12.	 (PEPSODENT SENSITIVE EXPERT SERUM INTENSE REPAIR 5)	3 dan 5	IDM000593278
13.	 (PEPSODENT ACTIV WHITE)	3	IDM000547307
14.	 (PEPSODENT ACTIV WHITE)	3	IDM000508016

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berusaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

No.	Merek	Kelas	Nomor Pendaftaran
15.	 PEPSODENT HERBAL	3	IDM000499032
16.	 (PEPSODENT FRESH COOL MINT)	3	IDM000420735
17.	 (PEPSODENT COMPLETE 8 ACTION)	3	IDM000324049
18.	 (PEPSODENT SENSITIVE EXPERT)	3	IDM000307027

*(Untuk selanjutnya secara bersama-sama disebut sebagai "**Merek-merek "PEPSODENT**")*

5. Lebih lanjut, Unilever N.V., juga telah mengajukan permohonan pendaftaran merek "**PEPSODENT**" di Direktorat Merek dan Indikasi Geografis, termasuk namun tidak terbatas pada merek-merek berikut ini:

No.	Merek	Kelas	Nomor Agenda	Tanggal Penerimaan
1.	**PEPSODENT STRONG 12 JAM**	3	DID2019056670	25 September 2019
2.		3	DID2019057948	01 Oktober 2019

*(Untuk selanjutnya secara bersama-sama disebut sebagai "**Merek-merek "PEPSODENT STRONG 12 JAM**")*

Sebagai referensi lebih lanjut, berikut Tergugat lampirkan gambar produk "**PEPSODENT**" yang diproduksi oleh Tergugat yang menggunakan Merek-merek "**PEPSODENT STRONG 12 JAM**", yang merupakan salah satu varian dari Produk "**PEPSODENT**" Tergugat:

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berupaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)



6. Pasal 42 Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis ("**Undang-undang Merek**") memberikan hak eksklusif kepada Unilever N.V., sebagai pemilik Merek-merek "**PEPSODENT**" untuk menggunakan Merek-merek "**PEPSODENT**" tersebut atau juga memberikan lisensi kepada pihak lain untuk menggunakan Merek-merek "**PEPSODENT**";

   Berdasarkan Undang-Undang Merek,Unilever N.V. tentunya memiliki hak eksklusif untuk menggunakan Merek-merek "**PEPSODENT**", termasuk melakukan upaya hukum terhadap setiap pihak yangsecara tanpa izin memproduksi dan/atau menjualproduk-produk yang memiliki persamaan pada pokoknya atau pada keseluruhannya dengan menggunakan Merek-merek "**PEPSODENT**";

7. Bahwa, di Indonesia, Unilever N.V., telah memberikan hak lisensi kepada Tergugat untuk menggunakan Merek-merek "**PEPSODENT**" milik Unilever N.V., tersebut. Mengacu pada ketentuan Pasal 42 Undang-Undang Merek jo. Pasal 7 Peraturan Pemerintah Nomor 36 Tahun 2018 mengenai Pencatatan Lisensi Kekayaan Intelektual, perjanjian lisensi mengenai penggunaan Merek-merek "**PEPSODENT**" di Indonesia tersebut telah dimohonkan pencatatannya kepada Direktorat Merek dan Indikasi Geografis. Adapun bukti permohonan pencatatannya akan Tergugat sampaikan pada sidang acara pembuktian;

8. Bahwa, produk dengan menggunakan Merek-merek "**PEPSODENT**" pertama kali diedarkan di Indonesia sejauh sejak tahun 1940-an. Adapun Merek-merek "**PEPSODENT**" tersebut juga telah digunakan dan didaftarkan di banyak negara di dunia. Oleh karenanya, menurut penjelasan Pasal 21 ayat (1) huruf b Undang-Undang Merek, Tergugat percaya bahwa Merek-merek "**PEPSODENT**" dapat dikategorikan sebagai merek terkenal karena memenuhi kriteria, di bawah ini:

   - pengetahuan umum masyarakat mengenai merek tersebut di bidang usaha yang bersangkutan;

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berusaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

- reputasi merek yang diperoleh karena promosi yang gencar dan besar-besaran;
- investasi di beberapa negara di dunia yang dilakukan oleh pemiliknya;
- bukti pendaftaran merek di berbagai negara;

Bahwa selanjutnya, menurut Pasal 18 ayat (3) Peraturan Menkumham Nomor 67 Tahun 2016, suatu merek dapat dinyatakan terkenal dengan mempertimbangkan:

- tingkat pengetahuan atau pengakuan masyarakat terhadap merek tersebut di bidang usaha yang bersangkutan sebagai merek terkenal;
- volume penjualan barang dan/atau jasa dan keuntungan yang diperoleh dari penggunaan merek tersebut oleh pemiliknya;
- pangsa pasar yang dikuasai oleh merek tersebut dalam hubungannya dengan peredaran barang dan/atau jasa di masyarakat;
- jangkauan daerah penggunaan merek;
- jangka waktu penggunaan merek;
- intensitas dan promosi merek, termasuk nilai investasi yang dipergunakan untuk promosi tersebut;
- pendaftaran merek atau permohonan pendaftaran merek di negara lain;
- tingkat keberhasilan penegakan hukum di bidang merek, khususnya mengenai pengakuan merek tersebut sebagai merek terkenal oleh lembaga yang berwenang; *atau*
- nilai yang melekat pada merek yang diperoleh karena reputasi dan jaminan kualitas barang dan/atau jasa yang dilindungi oleh merek tersebut;

Adapun bukti mengenai penggunaan dan juga pendaftaran Merek-merek "**PEPSODENT**" di berbagai negara, termasuk di Indonesia tersebut, akan Tergugat ajukan dalam sidang pemeriksaan bukti;

Bahwa untuk selanjutnya, Tergugat menolak seluruh dalil-dalil Penggugat dalam gugatannya, kecuali yang Tergugat akui secara tegas kebenarannya;

Dalam Eksepsi

Bahwa untuk selanjutnya, Tergugat mengajukan eksepsi, sebagai berikut:

Gugatan Ganti Rugi yang Diajukan Penggugat adalah Prematur

9. Bahwa, dasar diajukannya gugatan ganti rugi oleh Penggugat adalah

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berupaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

merek "STRONG" Nomor Pendaftaran IDM000258478 atas nama Penggugat. Dalam Bagian II Butir 1 halaman 4 sampai dengan halaman 4 Gugatannya, Penggugat juga mendalilkan bahwa seakan-akan unsur kata "STRONG" tersebut merupakan satu-satunya unsur yang digunakan pada produk Penggugat, sebagaimana Tergugat sitir, sebagai berikut:

a.



Bahwa, pada Bagian II Butir 1. a. Gugatannya, Penggugat mengemukakan bahwa ini adalah gambar produk pasta gigi dengan menggunakan **merek "STRONG"** dengan varian **"FORMULA STRONG"**;

b.



Bahwa, pada Bagian II Butir 1. b. Gugatannya, Penggugat mengemukakan bahwa ini adalah gambar produk pasta gigi dengan menggunakan **merek "STRONG"** dengan varian **"FORMULA STRONG PROTECTOR"**;

c.



Bahwa, pada Bagian II butir 1. c. Gugatannya, Penggugat mengemukakan bahwa ini adalah gambar produk pasta gigi dengan menggunakan **merek "STRONG"** dengan varian **"FORMULA STRONG PROTECTION"**;

d.



Bahwa, pada Bagian II butir 1 d. Gugatannya, Penggugat mengemukakan bahwa ini adalah gambar produk pasta gigi

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berupaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

dengan menggunakan **merek "STRONG"** dengan varian **"FORMULA STRONG HERBAL"**;

Padahal, Penggugat secara sadar mengaburkan merek utama yang digunakan sebagai unsur dominan pada produk tersebut, yakni "FORMULA", dengan merek yang digunakan untuk menunjukkan varian produk "FORMULA" tersebut;Oleh karenanya, gugatan ganti rugi yang diajukan Penggugat menjadi kabur dan tidak jelas;

10. Bahwa dalam Gugatannya, Penggugat mendalilkan bahwa Tergugat telah melanggar hak atas merek "STRONG" Penggugat karena menggunakan merek "STRONG" yang sama pada Produk "**PEPSODENT**" Tergugat;

    Adapun hal tersebut tidak benar mengingat sebagaimana Tergugat sampaikan pada Butir 5 Eksepsi dan Jawaban Tergugat ini, merek yang digunakan pada Produk "**PEPSODENT**" Tergugat adalah "**PEPSODENT STRONG 12 JAM**" dan bukan "STRONG";

    Kesalahan tersebut membuat dasar gugatan menjadi tidak jelas, mengingat Penggugat sendiri dalam Bagian II Butir 1 halaman 4 sampai dengan halaman 6 Gugatannya mengemukakan, bahwa:

    - merek yang digunakan pada varian "**FORMULA STRONG**" Penggugat adalah "**FORMULA STRONG**" No. Pendaftaran IDM000258479;
    - merek yang digunakan pada varian "**FORMULA STRONG PROTECTOR**" adalah "**FORMULA STRONG**" dengan No. Pendaftaran IDM000447796 dan "**STRONG PROTECTOR**" dengan No. Pendafaran IDM000447796;
    - merek yang digunakan pada varian "**FORMULA STRONG PROTECTION**" Penggugat adalah merek "**FORMULA STRONG PROTECTION**" dengan No. Agenda DID2020002706;
    - merek yang digunakan pada varian "**FORMULA STRONG HERBAL**" Penggugat adalah merek "**FORMULA STRONG HERBAL**" dengan No. Agenda DID2019053427;

11. Dari cara penyebutan merek Penggugat yang digunakan untuk varian produk-produk "FORMULA" Penggugat tersebut, Penggugat dengan jelas mendalilkan bahwa merek-merek yang digunakan pada varian produk-produk "FORMULA" Penggugat tersebut tidak hanya merek

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berupaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

"STRONG", namun juga varian-variannya seperti halnya merek "FORMULA STRONG HERBAL" yang diajukan untuk melindungi varian produk "FORMULA STRONG HERBAL" Penggugat, dan juga merek "STRONG PROTECTION" yang diajukan untuk melindungi varian produk "FORMULA STRONG PROTECTION" Penggugat;

Oleh karenanya, apabila Penggugat dapat konsisten dalam memandang unsur-unsur merek yang ada pada varian "**PEPSODENT STRONG 12 JAM**" Tergugat **dengan cara yang sama sebagaimana Penggugat memandang unsur-unsur merek yang ada pada varian produk "FORMULA" Penggugat**, maka sudah **seharusnya Penggugat menyebut merek yang digunakan pada varian produk "PEPSODENT" Tergugat sebagai merek "PEPSODENT STRONG 12 JAM" dan bukan merek "STRONG"**;

Berdasarkan hal di atas, mengingat varian Produk "**PEPSODENT**" Tergugat adalah "**PEPSODENT STRONG 12 JAM**", maka sudah seharusnya gugatan Penggugat ditolak atas dasar alasan kabur dan tidak jelas (*obscuur libel*), mengingat seharusnya gugatan Penggugat diajukan terkait dengan penggunaan Merek-merek "**PEPSODENT STRONG 12 JAM**" oleh Tergugat dan bukan terhadap penggunaan merek "STRONG";

Tidak adanya kejelasan pada masing-masing tuduhan tidak sejalan dengan persyaratan formalitas suatu gugatan. Dalam hal ini, ditegaskan oleh pendapat ahli hukum bahwa, untuk memenuhi persyaratan formil, gugatan dan argumennya harus jelas atau tegas. Jika gugatan tidak mencakup penjelasan yang memadai tentang dasar hukum dan keadaan faktual, gugatan tersebut tidak akan memenuhi persyaratan formalitas dan harus tidak dapat diterima;

M. Yahya Harahap, "Hukum Acara Perdata: Tentang Gugatan, Penyitaan, Pembuktian dan Putusan Pengadilan", Publisher Sinar Grafika, 2009, halaman 449, menyatakan:

> *"Posita atau fundamentum petendi, tidak menjelaskan dasar hukum (rechts grond) dan kejadian atau peristiwa yang mendasari gugatan. Bisa juga, dasar hukum jelas, tetapi tidak dijelaskan dasar fakta (fetelijke grond). Dalil gugatan seperti itu, tidak memenuhi syarat formil. Gugatan dianggap tidak jelas dan tidak tertentu (een duideljke*

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berusaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

en bepaalde conclusie)."

Berdasarkan alasan dan dasar di atas, kami memohon Majelis Hakim untuk mengabulkan eksepsi Tergugat;

Dalam Pokok Perkara

Bahwa untuk selanjutnya, Tergugat menolak seluruh dalil-dalil Penggugat dalam Gugatannya, kecuali yang Tergugat akui secara tegas kebenarannya. Adapun alasan Tergugat menolak dalil-dalil Penggugat, sebagai berikut:

Tergugat Menggunakan Merek "PEPSODENT 12 JAM" dengan Itikad Baik

12. Bahwa, Tergugat menolak seluruh dalil Penggugat sebagaimana dinyatakan dalam Bagian IV Butir 1 sampai dengan Butir 8 pada halaman 7 sampai dengan halaman 8 gugatan Penggugat;

Bahwa Tergugat menggunakan Merek-merek "**PEPSODENT STRONG 12 JAM**" dengan itikad baik, tanpa maksud meniru, menjiplak atau mengikuti merek pihak lain. Tergugat juga tidak memiliki tujuan untuk menimbulkan kondisi persaingan usaha yang tidak sehat, mengecoh atau menyesatkan konsumen;

Adapun pengertian dari "pemohon yang beritikad tidak baik" diatur lebih jelas dalam penjelasan Pasal 21 ayat (3) Undang-Undang Merek sebagai berikut:

> "*Yang dimaksud dengan "Pemohon yang beriktikad tidak baik" adalah Pemohon yang patut diduga* ***dalam mendaftarkan Mereknya memiliki niat untuk meniru, menjiplak, atau mengikuti Merek pihak lain*** *demi kepentingan usahanya menimbulkan kondisi persaingan usaha tidak sehat, mengecoh, atau menyesatkan konsumen.*"

Bahwa, pada jawaban Tergugat ini, Tergugat uraikan dengan jelas bahwa Tergugat telah menggunakan Merek-merek "**PEPSODENT STRONG 12 JAM**" dengan itikad baik, mengingat Merek-merek "**PEPSODENT STRONG 12 JAM**" Tergugat adalah berbeda dengan merek "STRONG" Penggugat No. Pendaftaran IDM000258478 yang dijadikan dasar gugatan. Adapun hal tersebut dapat terlihat dengan jelas dengan memperbandingkan produk "FORMULA "STRONG" Penggugat dengan Produk "**PEPSODENT STRONG 12 JAM**" Tergugat sebagai berikut, yang juga akan Tergugat uraikan lebih lanjut dalam butir selanjutnya pada Jawaban Tergugat;

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berusaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

Produk "FORMULA STRONG" Penggugat	Produk "PEPSODENT STRONG 12 JAM" Tergugat
	

13. Bahwa, sebagaimana Tergugat telah uraikan pada Butir 3 Eksepsi dan Jawaban Tergugat, Unilever N.V., sebagai pemilik dari merek "**PEPSODENT**" dan juga pemberi lisensi atas merek "**PEPSODENT**" telah mempergunakan merek "**PEPSODENT**" untuk produk pasta gigi sejak lama, di berbagai negara di dunia yang mana bukti penggunaan dari merek "**PEPSODENT**" tersebut akan disampaikan pada tahap persidangan pembuktian;

    Bahkan, merek "**PEPSODENT**" tersebut didaftarkan di Indonesia oleh Unilever N.V., jauh sebelum Penggugat mendaftarkan merek "FORMULA" di Indonesia. Adapun hal ini akan Tergugat buktikan dalam sidang acara pembuktian;

    Di Indonesia, Tergugat sebagai penerima lisensi dari merek "**PEPSODENT**" telah mempergunakan merek "**PEPSODENT**" untuk produk pasta gigi sejak tahun 1940-an. Bahwa, walaupun terdapat berbagai varian dari Produk "**PEPSODENT**" Tergugat yang diproduksi dan

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berupaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

diedarkan Tergugat dari waktu-ke-waktu, sebagaimana dapat dilihat dari contoh penggunaan Produk "**PEPSODENT**" Tergugat yang dikemukakan dalam Butir 3 Eksepsi dan Jawaban Tergugat ini, unsur dominan yang terdapat pada kemasan tiap Produk "**PEPSODENT**" Tergugat tersebut tetaplah merek "**PEPSODENT**";

14. Bahwa, untuk mempromosikan Produk "**PEPSODENT**" Tergugat, Tergugat telah mengeluarkan nilai investasi yang sangat signifikan untuk berbagai media periklanan dan juga pemasaran produknya, sehingga merek "**PEPSODENT**" Tergugat memiliki pangsa pasar yang dominan khususnya untuk produk pasta gigi di Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari berbagai berita yang dapat diakses oleh pihak ketiga, yang mana akan Tergugat sampaikan pada proses sidang pembuktian yang akan datang;

15. Melalui penggunaan merek secara secara ekstensif di Indonesia serta investasi masif yang dilakukan oleh Tergugat tersebut, merek "**PEPSODENT**" telah mendapatkan reputasi yang baik oleh masyarakat konsumen di Indonesia yang dapat dibuktikan dengan berbagai penghargaan yang diberikan oleh lembaga-lembaga independent terkait dengan reputasi produk "**PEPSODENT**" di Indonesia termasuk namun tidak terbatas sebagaimana berikut ini:

    - Penghargaan *Platinum Brand* dalam ajang Indonesia Best Brand Award 2017 (IBBA 2017) yang diberikan oleh Majalah SWA dan MARS;
    - Penghargaan *Golden Indonesian Best Brand Award (IBBA) 2005* yang diberikan oleh Majalah SWA dan MARS;
    - Penghargaan *Asia's Best Companies 2005* yang diberikan oleh FinanceAsia;
    - Penghargaan *Top Brand sejak tahun 2015-2019* yang mana merek "**PEPSODENT**" mendapatkan peringkat satu berturut-turut untuk periode tersebut khususnya untuk jenis produk pasta gigi, yang diselenggarakan oleh *Top Brand Awards*;
    - Penghargaan *Brand Footprint* yang mana merek "**PEPSODENT**" mendapatkan peringkat sebagai "*top most chosen FMCG brands by consumers*", yang diberikan oleh Kantar, Worldpanel Division;
    - Penghargaan BrandZ yang mana merek "**PEPSODENT**" mendapatkan peringkat "*top 50 most valuable Indonesian brands accross sectors*", yang diberikan oleh Kantar, Insights Division;

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berusaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

Berdasarkan keterkenalan dan reputasi terkait merek "**PEPSODENT**" tersebut, dan merujuk pada uraian Butir 3 dan 5 Eksepsi dan Jawaban Tergugat, sudah sepatutnya Majelis Hakim dapat melihat bahwa Tergugat telah menggunakan Merek-merek "**PEPSODENT STRONG 12 JAM**" Tergugat dengan itikad baik;

Tidak Terdapat Persamaan Pada Pokoknya antara Merek "STRONG" dengan Merek "PEPSODENT 12 JAM" yang Digunakan pada Produk PEPSODENT Tergugat

16. Bahwa, Tergugat menolak seluruh dalil Penggugat sebagaimana dinyatakan dalam Bagian IV Butir 1 sampai dengan Butir 8 pada halaman 7 hingga halaman 8 gugatan Penggugat;

Tergugat sangat berkeberatan terhadap dalil Penggugat yang mengemukakan bahwa merek yang digunakan pada Produk "**PEPSODENT**" Tergugat adalah sama dengan merek "STRONG" Penggugat yang didaftarkan dengan Nomor Pendaftaran IDM000258478. Tergugat uraikan pengertian "persamaan pada pokoknya" yang diatur dalam ketentuan Pasal 21 ayat (1) Undang-Undang Merek dan Pasal 17 ayat (1) Peraturan Menteri Hukum dan Hak Sasasi Manusia Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek, sebagai berikut:

> *"Yang dimaksud dengan "persamaan pada pokoknya" adalah 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."*

Berdasarkan ketentuan di atas, sangat jelas bahwa "unsur yang dominan" adalah faktor utama untuk menentukan adanya persamaan pada pokoknya antara satu merek dengan merek lainnya;

Bahwa, apabila "unsur yang dominan" telah ditentukan, tindakan yang selanjutnya dilakukan adalah menganalisa persamaan antara merek yang bersangkutan dengan merek pembandingnya. Menurut Yurisprudensi Tetap Mahkamah Agung Republik Indonesia No. 279 PK/Pdt/1992 tertanggal 6 Januari 1998, suatu merek dapat dianggap mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek milik pihak

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berupaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

lain apabila terdapat:

- Persamaan bentuk (*similarity of form*);
- Persamaan komposisi (*similarity of composition*);
- Persamaan kombinasi (*similarity of combination*);
- Persamaan unsur elemen (*similarity of elements*);
- Persamaan bunyi (*sound similarity*);
- Persamaan ucapan (*phonetic similarity*); *atau*
- Persamaan penampilan (*similarity in appearance*).

Berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan dan Yurisprudensi Tetap Mahkamah Agung tersebut di atas, Tergugat menilai bahwa Merek-merek "**PEPSODENT STRONG 12 JAM**" yang digunakan oleh Tergugat secara jelas dan meyakinkan tidak memiliki persamaan pada pokoknya dengan Merek "STRONG" Nomor Pendaftaran IDM000258478 milik Penggugat;

17. Bahwa, guna mempertimbangkan ada atau tidaknya persamaan pada pokoknya dengan merek "STRONG" No. Pendaftaran IDM000258478 milik Penggugat yang dijadikan dasar gugatan, perlu kiranya Majelis Hakim yang terhormat membandingkan etiket merek "STRONG" Penggugat No. Pendaftaran IDM000258478 di Kelas 3 dengan etiket Merek-merek "**PEPSODENT STRONG 12 JAM**" yang digunakan pada Produk "**PEPSODENT**" Tergugat:

Merek "STRONG" Penggugat	Merek "PEPSODENT STRONG 12 JAM" pada produk "PEPSODENT" Tergugat
STRONG Nomor Pendaftaran. IDM000258478	 Agenda No. DID2019057948
	PEPSODENT STRONG 12 JAM Agenda No. DID2019056670

Bahwa dari tabel perbandingan di atas, sangat jelas terlihat Merek-merek "**PEPSODENT STRONG 12 JAM**" yang digunakan pada Produk "**PEPSODENT**" Tergugat tidak memiliki persamaan pada pokoknya

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berusaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

dengan merek "STRONG" Penggugat dikarenakan kedua merek tersebut memiliki perbedaan unsur dominan sebagaimana Tergugat perbandingkan sebagai berikut;

Perbandingan Merek "STRONG" Penggugat dengan Nomor Pendaftaran IDM000258478 dengan Merek "PEPSODENT STRONG 12 JAM" Tergugat Agenda NomorDID2019057948

18. Bahwa, dari perbandingan etiket merek tersebut di atas, terlihat dengan jelas kedua merek tersebut berbeda, mengingat:

a) Penggunaan unsur kata "**PEPSODENT**" yang merupakan merek terdaftar milik Unilever N.V. yang menjadi unsur dominan dari merek "**PEPSODENT STRONG 12 JAM**". Sebagaimana terlihat pada etiket merek "**PEPSODENT STRONG 12 JAM**" Agenda Nomor DID2019057948, jelas terlihat bahwa unsur "**PEPSODENT**" tersebut tercetak secara jelas sebagai unsur yang dominan, dengan kombinasi unsur warna biru, putih dan merah;

Lebih lanjut, merek "**PEPSODENT STRONG 12 JAM**" Agenda NomorDID2019057948 tersebut juga menggunakan unsur-unsur yakni (i) garis melengkung warna merah yang terletak di bawah unsur kata "**PEPSODENT**"; (ii) bagian berwarna biru di sisi sebelah kanan etiket merek; dan (iii) logo gigi dan daun yang terletak pada bagian berwarna biru di sisi sebelah kanan etiket merek;

b) Penggunaan unsur kata "STRONG 12 JAM" pada merek "**PEPSODENT STRONG 12 JAM**" yang menjelaskan bahwa produk "**PEPSODENT**" Tergugat dapat memberikan perlindungan terkait kesehatan gigi untuk periode selama 12 jam;

Sedangkan Merek "STRONG" Penggugat yang terdaftar dengan No. Pendaftaran IDM000258478 di Kelas 3 yang menjadi dasar gugatan hanya terdiri dari satu unsur kata, yakni "STRONG", yang merupakan kata umum dalam Bahasa Inggris yang berarti "*kuat*";

Perbandingan Merek "STRONG" Penggugat dengan Nomor Pendaftaran IDM000258478 dengan Merek "PEPSODENT STRONG 12 JAM" Tergugat Agenda Nomor DID2019056670

19. Bahwa, dari perbandingan etiket merek tersebut di atas, terlihat dengan jelas kedua merek tersebut berbeda, mengingat:

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berupaya untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

a) Penggunaan unsur kata "**PEPSODENT**" yang merupakan merek terdaftar milik Unilever N.V. yang menjadi unsur dominan dari merek "**PEPSODENT STRONG 12 JAM**". Adapun unsur kata "STRONG 12 JAM" merupakan unsur tambahan;

b) Penggunaan unsur kata "STRONG 12 JAM" pada merek "**PEPSODENT STRONG 12 JAM**" yang menjelaskan bahwa produk "**PEPSODENT**" Tergugat dapat memberikan perlindungan terkait kesehatan gigi untuk periode selama 12 jam;

Sedangkan Merek "STRONG" Penggugat yang terdaftar dengan No. Pendaftaran IDM000258478 di Kelas 3 yang menjadi dasar gugatan hanya terdiri dari satu unsur kata, yakni "STRONG", yang merupakan kata umum dalam Bahasa Inggris yang berarti "*kuat*";

20. Berdasarkan uraian di atas maka jelas bahwa Merek "**PEPSODENT STRONG 12 JAM**" yang digunakan oleh Tergugat berbeda dari merek "STRONG" Penggugat, mengingat tidak terdapat kesan kemiripan dari segi:

a) **Perbedaan bentuk dan kombinasi antara unsur** sebagaimana sebelumnya diuraikan oleh Tergugat terkait Penggunaan unsur kata "**PEPSODENT**" yang merupakan merek terdaftar milik Unilever N.V. dan juga unsur "STRONG 12 JAM" pada merek Tergugat. Mengingat hal tersebut di atas, jika unsur kata "STRONG 12 JAM" dipandang secara keseluruhan dengan unsur kata "**PEPSODENT**", hal tersebut jelas menyebabkan merek "**PEPSODENT STRONG 12 JAM**" memiliki daya pembeda yang kuat apabila dibandingkan dengan merek "STRONG" NomorPendaftaran IDM000258478 di Kelas 3 milik Penggugat;

b) **Perbedaan konsep, cara penempatan dan susunan unsur pembentuk merek**, yaitu unsur kata "**PEPSODENT**" dan juga unsur "STRONG 12 JAM" pada merek Tergugat, yang menimbulkan perbedaan yang signifikan antara merek "**PEPSODENT STRONG 12 JAM**" yang digunakan Tergugat dengan merek "STRONG" Nomor Pendaftaran IDM000258478 di Kelas 3 milik Penggugat;

Berdasarkan alasan-alasan di atas terkait perbedaan Merek-merek "**PEPSODENT STRONG 12 JAM**" yang digunakan Tergugat dengan merek "STRONG" Nomor Pendaftaran IDM000258478 yang menjadi

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berupaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

dasar gugatan, sudah sepatutnya Majelis hakim menolak gugatan ganti rugi yang diajukan oleh Penggugat;

Penggunaan Merek "PEPSODENT STRONG 12 JAM" pada Produk 'PEPSODENT" Tergugat adalah Berbeda Dengan Penggunaan Merek "STRONG Penggugat

21. Bahwa, Tergugat percaya jika tidak akan ada kebingungan konsumen dalam membedakan produk yang menggunakan Merek-merek "**PEPSODENT STRONG 12 JAM**" Tergugat dengan produk Penggugat yang menggunakan merek "STRONG". Hal ini dikarenakan unsur merek yang utama yang digunakan pada produk Tergugat adalah merek "**PEPSODENT**", sedangkan unsur merek yang utama yang digunakan pada produk Penggugat adalah produk "FORMULA";

22. Bahwa, Tergugat percaya bahwa Majelis Hakim dapat memperbandingkan dengan jelas mengenai perbedaan penggunaan merek "STRONG" Penggugat dengan penggunaan Merek-merek "**PEPSODENT STRONG 12 JAM**" oleh Tergugat, sebagai Tergugat uraikan sebagai berikut:

Produk "FORMULA STRONG" Penggugat	Produk "PEPSODENT STRONG 12 JAM" Tergugat
	

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berusaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

Sebagaimana dapat dilihat dari perbandingan produk tersebut di atas, unsur kata "FORMULA" jelas merupakan unsur dominan yang ditampilkan pada kemasan produk "FORMULA" dengan varian "FORMULA STRONG", "FORMULA STRONG PROTECTOR", "FORMULA STRONG HERBAL" maupun "FORMULA STRONG PROTECTION" Penggugat, sama halnya dengan unsur kata "**PEPSODENT**" yang merupakan unsur dominan yang ditampilkan pada kemasanproduk "**PEPSODENT**" dengan varian "**PEPSODENT STRONG 12 JAM**" Tergugat;

Unsur kata "FORMULA" beserta variasinya tersebut juga telah terdaftar sebagai merek atas nama Penggugat untuk melindungi berbagai jenis barang di Kelas 3, antara lain dengan Nomor Pendaftaran IDM000447219, IDM000086638 dan IDM000221045;

Oleh karenanya, jelas bahwa konsumen tidak akan terkecoh dalam membedakan produk "FORMULA" Penggugat dengan Produk "**PEPSODENT**" Tergugat, dikarenakan konsumen akan tetap menyebut produk Penggugat sebagai "FORMULA" dan bukan "STRONG", sebagaimana halnya konsumen akan menyebut produk Tergugat sebagai "**PEPSODENT**" dan bukan hanya "STRONG";

23. Bahwa, di sidang acara pembuktian yang akan datang, Tergugat akan buktikan bahwa baik PT Ultra Prima Abadi sebagai pihak yang memproduksi serta menggunakan merek "STRONG" Nomor Pendaftaran IDM000258478 yang dijadikan dasar gugatan, secara tegas dan jelas menyebut produk pasta gigi yang ditampilkan pada Bagian II Butir 1a. sampai dengan Butir 1d. gugatan Penggugat sebagai produk pasta gigi "FORMULA" dan **bukan**produk pasta gigi "STRONG";

Antara lain, hal tersebut bahkan diakui sendiri oleh website yang digunakan untuk memasarkan produk dengan menggunakan merek-merek Penggugat di Indonesia, yaknihttps://ot.id/products/personal-care/toothpaste/formula-toothpaste dan juga https://formula.id, dimana secara jelas **Penggugat mengakui bahwa merek yang digunakan untuk produk-produk Penggugat yang ditampilkan pada Bagian II Butir 1a. sampai dengan Butir 1d.halaman 5 sampai dengan 6 gugatan Penggugat adalah merek "FORMULA" dan bukan merek "STRONG"**;

Hal tersebut juga konsisten dengan pengetahuan masyarakat serta konsumen pada umumnya, yang menyebut produk pasta gigi yang ditampilkan pada Bagian II Butir 1a. sampai dengan Butir 1d.gugatan

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berupaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

Penggugat sebagai produk pasta gigi "FORMULA" dan bukan produk pasta gigi "STRONG;

Terdapat Banyak Pendaftaran Merek-Merek Milik Pihak Ketiga yang menggunakan Unsur Kata "STRONG" untuk Jenis Barang Yang Sama Di Kelas 3

24. Bahwa, sebagaimana Tergugat kemukakan dalam Butir 22 dan 23 Jawaban Tergugat, Merek "STRONG" Penggugat yang terdaftar dengan Nomor Pendaftaran IDM000258478 di Kelas 3 yang menjadi dasar gugatan hanya terdiri dari satu unsur kata, yakni "STRONG", yang merupakan kata umum dalam Bahasa Inggris yang berarti "kuat";

    Bahwa, kata "STRONG" yang berarti "kuat" dalam Bahasa Indonesia jelas memiliki arti kata yang deskriptif atau menjelaskan terkait dengan perlindungan gigi, yang mana jelas maksud dari penggunaan kata tersebut untuk jenis barang pasta gigi dan produk-produk perawatan gigi dan mulut di Kelas 3 adalah untuk memberikan informasi kepada konsumen bahwa suatu produk dapat memberikan perlindungan yang kuat terhadap gigi;

25. Bahwa, mengingat kata "STRONG" tersebut merupakan kata umum dalam Bahasa Inggris, yang memiliki arti yang bersifat deskriptif terkait perlindungan gigi, maka sudah sepatutnya bahwa penggunaan kata "STRONG" tersebut tidak dapat dimonopoli oleh pihak manapun untuk jenis barang terkait pasta gigi dan produk perawatan gigi dan mulut di Kelas 3;

    Hal tersebut terlihat jelas dan dapat dibuktikan dengan melihat praktek Direktorat Merek dan Indikasi Geografis yang mendaftarkan berbagai merek-merek yang mengandung unsur kata "STRONG" untuk jenis barang "pasta gigi" yang dapat terdaftar secara berdampingan dengan merek "STRONG" Nomor Pendaftaran IDM000258478 milik Penggugat yang menjadi dasar gugatan Penggugat;

    Sebagai referensi, berikut Tergugat perbandingkan merek "STRONG" No. Pendaftaran IDM000258478 milik Penggugat yang menjadi dasar gugatan dengan merek-merek pihak lain yang menggunakan unsur kata "STRONG" untuk jenis barang yang sama di Kelas 3;

    Merek "STRONG" Nomor Pendaftaran IDM000258478 milik Penggugat

    Merek "STRONG" Nomor Pendaftaran IDM000258478 (Tanggal

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berupaya untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

Pendaftaran: 13 Juli 2010) meliputi jenis barang yaitu "***Pasta gigi***, *sediaan-sediaan untuk membersihkan gigi palsu, obat gosok gigi, obat kumur bukan untuk kepertuan medis, larutan kumur bukan untuk keperluan medis*";

Merek-merek pihak ketiga lainnya yang menggunakan unsur kata "STRONG"

a) Merek 

("**STRONG**& SMOOTH) Nomor Pendaftaran IDM000551367 (Tanggal Pendaftaran: 7 November 2016) meliputi jenis barang yaitu *"sabun, deterjen, **pasta gigi**, kosmetik, bedak, minyak wangi, shampo, lotion tangan dan badan, minyak perawatan rambut, krem pembersih muka, cairan pembersih perabotan rumah, cairan pemutih, minyak untuk bayi, tissue basah wangi, cairan pelembut pakaian, sediaan tabir surya"* pada Kelas 3;

b) Merek 

("CARE &**STRONG**") Nomor Pendaftaran IDM000545624 (Tanggal Pendaftaran: 18 September 2016) meliputi jenis barang yaitu *"sabun, deterjen, **pasta gigi**, kosmetik, bedak, minyak wangi, shampo, lotion tangan dan badan, minyak perawatan rambut, krem pembersih muka, cairan pembersih perabotan rumah, cairan pemutih, minyak untuk bayi, tissue basah wangi, cairan pelembut pakaian, sediaan tabir surya"* pada Kelas 3;

c) Merek "**STRONG**TEETH" Nomor Pendaftaran IDM000503694 (Tanggal Pendaftaran: 7 Oktober 2015) meliputi jenis barang yaitu *"**Pasta gigi**; bahan pemeliharaan gigi; sediaan mencuci mulut/berkumur; pasta gigi dalam bentuk bubuk; sediaan untuk membersihkan gigi; bahan pembersih karang gigi; bahan untuk mengkilatkan gigi; sediaan pembersih untuk gigi palsu; bahan untuk mengkilatkan gigi palsu; pembersih mulut yang tidak mengandung obat, sediaan untukperawatan dan kesehatan mulut, gigi, tenggorokan, gusi dan rongga mulut; sediaan berkumur untuk mencegah karang gigi dan karies; sediaan pebersih gigi; sediaan perawatan gigi; bubuk pembersih, tablet pewarna untuk karang gigi."* pada Kelas 3;

d) Merek "**STRONG**POINT" Nomor Pendaftaran IDM000235702 (Tanggal Pendaftaran: 10 Februari 2010) meliputi jenis barang: "*Shampo, kosmetik yaitu: minyak rambut, bedak, cream, sabun, sediaan-sediaan*

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berupaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu. Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

*untuk memutihkan, mencuci, sediaan untuk membersihkan, mengkilapkan, membuang lemak dan menggosok, sabun mandi, sabun cuci, sabun wangi, deterjen bubuk, deterjen cair, pemutih pakaian, bahan pembersih lantai, segala macam kosmetik yaitu minyak wangi, aromatik, bedak rias, bedak talk, bedak obat, bulu mata palsu, bahan pewarna rambut, bahan penghitam rambut, deodorant, deodorant stick, deodorant anti keringat, garam untuk mandi, garam pemutih kulit, kapas untuk keperluan kosmetik, kream kosmetik, krem pemutih kulit, kosmetik alis, kosmetik muka, kosmetik badan, lotion untuk keperluan kosmetik, minyak badan, masker untuk kecantikan, minyak kolonyo, parfum, krim rambut pomade rambut, busa pengatur rambut, minyak rambut, tissue basah, kertas tissue yang dibasahi lotion kosmetik, kotak kosmetik, kotak lotion kosmetik, masker wajah untuk kosmetik, sediaan untuk pengeriting rambut dan pelurus rambut, vaselin, cairan pembersih kaca mobil, cairan kaca, cairan pembersih, dupa, menyan, hio, kain amplas, kertas amplas, kertas penggosok, krem penggosok, kayu wangi, obat penghilang noda, pelembut kain cucian, pemutih cucian, pengkilap cucian, krem sepatu, semir sepatu, kain pembersih kaca, obat menggosok gigi, **pasta gigi**, obat kumur, cairan pembersih kepala tape (tape head), deodorant spray, cat kuku, cat bibir, bedak bayi, sabun obat, sa bun batangan, politur, hair spray, penghapus cat kuku.*"

Berdasarkan Daftar Umum Merek Direktorat Merek dan Indikasi Geografis, Tergugat mengetahui bahwa merek "STRONGPOINT" atas nama Sukandi dengan Nomor Pendaftaran IDM000235702 adalah terdaftar pada 10 Februari 2010 atau sebelum merek "STRONG" Penggugat dengan Nomor Pendaftaran IDM000258478 di Kelas 3 yang dijadikan dasar gugatan Penggugat terdaftar pada Direktorat Merek dan Indikasi Geografis, yaitu pada 13 Juli 2010;

Namun demikian, Tergugat tidak pernah menerima gugatan baik dari Sukandi maupun dari pemilik merek-merek dengan unsur "STRONG" lainnya di atas;

26. Bahwa, pendaftaran merek-merek yang menggunakan unsur kata "STRONG" sebagaimana Tergugat uraikan dalam Butir 29 Jawaban Tergugat jelas menunjukkan bahwa pada prakteknya, Direktorat Merek dan Indikasi Geografis memandang bahwa (i) unsur kata "STRONG" tidak

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berupaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

dapat dimonopoli oleh pihak manapun untuk jenis barang di Kelas 3; dan (ii) unsur kata "STRONG" dapat terdaftar sebagai merek untuk jenis barang di Kelas 3, selama unsur kata "STRONG" tersebut diajukan dengan unsur kata lainnya;

Oleh karenanya, penggunaan Merek-merek "**PEPSODENT STRONG 12 JAM**" oleh Tergugat dalam produknya tidak dapat dipandang sebagai pelanggaran atas merek "STRONG" Penggugat;

27. Berdasarkan penjelasan di atas, Tergugat percaya bahwa Majelis Hakim sudah selayaknya menolak gugatan ganti rugi yang diajukan Penggugat mengingat Direktorat Merek dan Indikasi Geografis telah mendaftarkan berbagai merek yang menggunakan elemen kata "STRONG" untuk berdampingan dengan merek "STRONG" Nomor Pendaftaran IDM000258478 Penggugat untuk jenis barang yang sama di Kelas 3;

Terdapat Banyak Penggunaan Unsur Kata STRONG untuk Produk Pasta Gigi pada Produk Pihak Ketiga Lainnya yang Dapat Dibeli oleh Konsumen di Indonesia

28. Berdasarkan hasil pengamatan dan survey yang dilakukan oleh Tergugat baik secara offline maupun online di pasaran Indonesia, terdapat produk-produk pasta gigi pihak ketiga lainnya yang menggunakan unsur kata "STRONG";
Bahwa, sampel-sampel produk pasta gigi lainnya yang menggunakan unsur kata "STRONG" akan Tergugat ajukan untuk pertimbangan Majelis Hakim dalam sidang pemeriksaan bukti yang akan datang;
Dari bukti-bukti yang akan Tergugat ajukan tersebut, Tergugat percaya bahwa Majelis Hakim dapat mempertimbangkan fakta bahwa unsur kata "STRONG" tersebut digunakan oleh pihak-pihak lainnya untuk produk "pasta gigi". Oleh karenanya, perlu kiranya Majelis Hakim mempertanyakan motif Penggugat dalam mengajukan gugatan ganti rugi terhadap Tergugat;

Gugatan Ganti Rugi Tergugat adalah Mengada-ada dan Tidak memiliki Dasar Hukum

29. Bahwa, Tergugat menolak seluruh dalil Penggugat sebagaimana dinyatakan dalam Bagian V Butir 1 sampai dengan Butir 3 pada halaman 8 hingga halaman 10 gugatan Penggugat.

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berusaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

Bahwa, dari Bagian V Butir 1 dan Butir 2 halaman 8 sampai dengan halaman 10 gugatan Penggugat, Penggugat mendalilkan kerugian atas yang diderita oleh Penggugat, atas dasar adanya penjualan Produk "**PEPSODENT STRONG 12 JAM**" Tergugat di pasaran Indonesia, yang menurut Penggugat memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek "STRONG" Penggugat No. Pendaftaran IDM000258478 di Kelas 3;

Bahwa, total ganti rugi yang dimintakan adalah sebesar Rp108.040.382.324,00 yang secara umum didasarkan pada kehilangan proyeksi keuntungan yang dapat diraih Penggugat di tahun 2019;

30. Bahwa, perhitungan ganti rugi yang diajukan Penggugat dalam gugatannya adalah absurd, mengada-ada dan tidak didasari atas alasan yang jelas;

Sebagaimana Tergugat kemukakan dalam Butir 20 hingga Butir 24 dari Jawaban Tergugat, Merek-merek"**PEPSODENT STRONG 12 JAM**" tidak memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek "STRONG" Penggugat, apabila kedua merek tersebut dilihat secara keseluruhan;

Lebih lanjut, di Indonesia, merek "STRONG" No. Pendaftaran IDM000258478 Penggugat digunakan pada produk "FORMULA" yang diproduksi dan diedarkan oleh PT Ultra Prima Abadi. Terkait dengan hal ini, Penggugat gagal menguraikan secara jelas apakah kerugian yang disampaikan pada Bagian V Butir 1 hingga Butir 3 halaman 8 sampai dengan halaman 10 gugatan Penggugat adalah kerugian Penggugat secara langsung atau kerugian dari PT Ultra Prima Abadi;

Hal ini penting mengingat Penggugat tidak menggunakan merek "STRONG" miliknya secara langsung di Indonesia. Bahwa, mengacu pada ketentuan Pasal 42 Undang-Undang Merek, suatu merek terdaftar dapat digunakan oleh pihak lainnya berdasarkan perjanjian lisensi yang dilakukan secara tertulis. Lebih lanjut, ketentuan Pasal 42 menyatakan bahwa perjanjian lisensi wajib dicatatkan pada Direktorat Merek dan Indikasi Geografis guna mengikat pihak ketiga;

Perlu kiranya menjadi perhatian Majelis Hakim bahwa hingga tanggal diajukannya gugatan oleh Penggugat, tidak terdapat pencatatan atau setidak-tidaknya permohonan pencatatan perjanjian lisensi terkait dengan penggunaan merek "STRONG" Penggugat oleh penerima lisensinya di Indonesia;

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berusaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

31. Bahwa, apabila Penggugat ataupun penerima lisensinya di Indonesia tidak dapat mencapai target penjualan produk di tahun 2019, hal tersebut tidak berkaitan dengan fakta adanya penjualan Produk "**PEPSODENT STRONG 12 JAM**" Tergugatdi pasaran Indonesia;

    Sebagaimana Tergugat kemukakan dalam Butir 5, 22 dan 23 Jawaban ini, mengingat penggunaan unsur kata "**PEPSODENT**" secara dominan pada Produk "**PEPSODENT STRONG 12 JAM**" Tergugat, konsumen akan merujuk pada produk Tergugat sebagai produk "**PEPSODENT**" dan bukan produk "STRONG". Produk "**PEPSODENT**" Tergugat telah menjadi produk dominan di pasaran Indonesia berdasarkan penggunaan eksensif di Indonesia sejak tahun 1940-an atau sekitar 70 tahun yang lalu. Oleh karenanya, adalah wajar apabila merek "**PEPSODENT**" telah erat diasosiasikan dengan produk pasta gigi oleh konsumen Indonesia;

    Sedangkan, dari berbagai sumber yang dapat diakses publik, produk "FORMULA" Penggugat baru diedarkan pada tahun 1984;

32. Selain fakta bahwa Merek-merek "**PEPSODENT STRONG 12 JAM**" Tergugat tidak memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek "STRONG" Penggugat, sebagaimana Tergugat kemukakan dalam Butir 20 sampai dengan Butir 24 Jawaban ini, terdapat berbagai pihak ketiga lainnya yang mendaftarkan serta menggunakan unsur kata "STRONG" untuk produk "pasta gigi" di Indonesia sebagaimana yang diuraikan Tergugat pada Butir 29 Jawaban Tergugat. Oleh karenanya, dalil mengenai kerugian yang diderita Penggugat adalah mengada-ada, mengingat bagaimana mungkin Tergugat menjadi satu-satunya pihak yang harus bertanggung jawab terhadap penggunaan unsur kata "STRONG" yang bersifat umum, yang pada prakteknya tidak dapat dimonopoli oleh satu pihakpun (termasuk Penggugat) untuk produk pasta gigi;

    Terdapat banyak faktor yang berkontribusi atas penurunan penjualan suatu produk, termasuk faktor-faktor yang bersifat internal, seperti halnya ketidakmampuan suatu perusahaan untuk mempromosikan serta mendistribusikan produknya secara efektif dan efisien, yang mana hal tersebut sama sekali tidak terkait dengan keberadaan produk pihak ketiga di pasaran. Oleh karenanya, perlu kiranya Majelis Hakim untuk mempertanyakan kepada Penggugat apakah Penggugat dapat membuktikan bahwa Penggugat telah melakukan usaha kegiatan promosi dan pendistribusian produk secara efektif dan efisien, yang melebihi

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berusaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

kapasitas dari Tergugat dalam melakukan kegiatan promosi dan pendistribusian produk dengan merek "**PEPSODENT**" di Indonesia, yang sebagaimana diuraikan pada Butir 17 sampai dengan Butir 18 Jawaban ini, merek "**PEPSODENT**" yang digunakan oleh Tergugat di Indonesia adalah merek terkenal, berdasarkan berbagai penghargaan dan serta penggunaan serta promosi secara ekstensif yang dilakukan oleh Tergugat di Indonesia;

33. Bahwa, dalil mengenai kerugian immateriil yang dikemukakan pada Bagian V Butir 2 gugatan Penggugat adalah jelas mengada-ada, mengingat penurunan citra produk pasta gigi Penggugat tidak ada kaitannya dengan penggunaan Merek-merek "**PEPSODENT STRONG 12JAM**" oleh Tergugat;

Lebih lanjut, Mahkamah Agung telah memberikan petunjuk bahwa **ganti rugi immateriil hanya dapat dikabulkan dalam hal-hal tertentu saja**. Berikut Tergugat kutip isi Putusan Mahkamah Agung Nomor 650/PK/Pdt/1994 tanggal 29 Oktober 1994, yang pada pokoknya menyatakan sebagai berikut:

"*Berdasarkan Pasal 1370, 1371, 1372 KUH Perdata,**ganti rugi immateriil hanya dapat diberikan dalam hal-hal tertentu saja seperti kematian, luka berat dan penghinaan***."

Tuntutan ganti rugi immateriil yang diminta oleh Penggugat tidak berkaitan dengan adanya kematian, luka berat ataupun penghinaan sebagaimana disyaratkan oleh putusan Mahkamah Agung tersebut di atas. Bahkan keseluruhan tuntutan ganti rugi Penggugat sudah sepatutnya untuk dianggap tidak berdasar hukum. Oleh karenanya, tuntutan ganti rugi immateriil ini pantas ditolak oleh Majelis Hakim yang terhormat;

Berdasarkan dalil-dalil di atas, Tergugat memohon kepada Majelis Hakim untuk dapat mempertimbangkan bahwa dalil kerugian imateriil sebagaimana didalilkan oleh Penggugat adalah mengada-ada dan tidak berdasarkan hukum;

Permohonan Provisi yang Diajukan Penggugat Mengada-ada dan Harus Ditolak

34. Bahwa, sebagaimana yang diatur dalam Hukum Acara Perdata yang berlaku, syarat formil tuntutan provisi adalah tindakan yang dimohonkan tidak boleh mengenai pokok perkara. Tuntutan provisi tidak dibenarkan

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berusaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

menyangkut atau masuk ke dalam materi pokok perkara suatu gugatan sebagaimana ditegaskan dalam beberapa sumber hukum sebagai berikut:

- Yurisprudensi Mahkamah Agung RI No. 279 K/Sip/1976 tanggal 17 April 1979 yang pada pokoknya memberikan kaidah hukum:

  "Gugatan atau Permohonan Provisi seharusnya bertujuan agar ada tindakan sementara dari hakim mengenai hal yang tidak termasuk pokok perkara. ***Gugatan atau permohonan provisi yang berisi pokok perkara harus ditolak****";*

- Yurisprudensi Mahkamah Agung RI No. 2461 K/Pdt/1999 tanggal 17 Desember 1999 yang pada pokoknya memberikan kaidah hukum:

  "Putusan Provisi adalah suatu "tindakan sementara" yang tidak berakibat sama dengan "pelaksanaan lebih dulu" atas petitum gugatan dalam pokok perkara. ***Disamping itu, Putusan provisi tidak boleh menyangkut materi pokok perkara serta petitumnya*** *(ex pasal 53 Rv). Putusan Provisi yang amarnya menyangkut materi pokok perkara dan petitumnya yang akan diputus dalam "Putusan Akhir", merupakan kesalahan hakim dalam menerapkan Hukum Acara, sehingga putusan yang demikian itu dibatalkan oleh Mahkamah Agung";*

- Doktrin atau Penjelasan dari Ahli Hukum M. Yahya Harahap, S.H., dalam bukunya "*Hukum Acara Perdata tentang Gugatan, Persidangan,Penyitaan, Pembuktian dan Putusan Pengadilan*"; Penerbit Sinar Grafika. Jakarta, Cetakan ketiga Desember 2005, halaman 885, memberikan penjelasan serta menegaskan mengenai syarat permohonan provisi, sebagai berikut:

  "Agar gugatan provisi memenuhi syarat formil: (a) Harus memuat dasar alasan permintaan yang menjelaskan urgensidan relevansinya; (b) Mengemukakan dengan jelas tindakan sementara apa yang harus diputuskan; (c) ***Gugatan dan permintaan tidak boleh menyangkut materi pokok perkara****; (d) Kalau tuntutan gugatan provisi bukan tetapi sudah menyangkut materi pokok perkara, cukup alasan menyatakan gugatan provisi tidak dapat diterima".*

Bahwa Tergugat menolak dengan tegas dalil-dalil yang dikemukakan Penggugat dalam Bagian VI Butir 1 hingga Butir 4 gugatan Penggugat dikarenakan apa yang dituntut secara provisi oleh Penggugat merupakan

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berupaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

cakupan tindakan yang dimohonkan melalui gugatan pokok pelanggaran merek;

Bahwa, permohonan provisi yang demikian sudah menyangkut pokok perkara dan oleh karenanya harus ditolak oleh Majelis Hakim;

35. Bahwa, apabila Majelis Hakim dapat mempertimbangkan dengan cermat dalil-dalil yang dikemukakan Tergugat dalam jawaban pada pokok perkara, sudah sepatutnya permohonan provisi yang diajukan Penggugat tersebut ditolak mengingat merek-merek "**PEPSODENT STRONG 12 JAM**" Tergugat yang digunakan pada Produk "**PEPSODENT**" Tergugat tidak memiliki persamaan dengan Merek "STRONG" Nomor Pendaftaran IDM000258478 yang dijadikan dasar gugatan Penggugat;

Berdasarkan alasan-alasan sebagaimana diungkapkan di atas, Tergugat dengan ini memohon kepada Majelis Hakim untuk berkenan memberikan putusan, sebagai berikut:

Dalam Eksepsi

Menerima keseluruhan eksepsi yang diajukan oleh Tergugat;

Dalam Provisi

Menolak permohonan provisi yang diajukan oleh Penggugat;

Dalam Pokok Perkara

- Menolak keseluruhan gugatan Penggugat untuk seluruhnya;
- Menghukum Penggugat untuk membayar biaya perkara;

Menimbang, bahwa terhadapJawaban pertama dari Tergugat*a quo*, selanjutnya Penggugat telah mengajukan Replik pada persidangan tanggal 22 Juli 2020 yang pada pokoknya Penggugat tetap pada dalil-dalil gugatannya semula dan menolak secara tegas seluruh dalil Tergugat, kecuali yang secara tegas dan tertulis diakui kebenarannya oleh Penggugat;

Menimbang, bahwa terhadap Replik dari Penggugat*a quo*,kemudian Tergugat telah mengajukan Duplik pada persidangan tanggal 29 Juli 2020 yang pada pokoknya Tergugat tetap pada dalil-dalil Jawabannya dan menolak secara tegas seluruh dalil gugatan Penggugat, kecuali yang secara tegas dan tertulis diakui kebenarannya oleh Tergugat;

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berusaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

Menimbang, bahwa untuk menguatkan dalil-dalil gugatannya Penggugat telah mengajukan alat bukti Surat atau Tulisan yang bermeterai cukup dan telah pula dicocokkan dengan surat Aslinya serta surat pembanding lainnya yang diperlihatkan di dalam persidangan, dankemudian diberi tanda bukti Surat **P-1** sampai dengan bukti surat **P-72**, sebagai berikut:

1. Fotokopi *Certificate Confirming Incorporation of Company Under the New Name*, dan terjemahannya, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-1;
2. Fotokopi *Memorandum and Articles of Association of Hardwood Private Limited* dan terjemahannya, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-2;
3. Fotokopi *Bussiness Profile (Company) of Hardwood Private Limited* dan terjemahannya, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-3;
4. Fotokopi Sertifikat Merek "*STRONG*" atas nama *Blissful Centany International Limited*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-4A;
5. Fotokopi Sertifikat Perpanjangan Jangka Waktu Pelindungan Merek Terdaftar dengan Merek "*STRONG*" atas nama Hardwood PTE LTD, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-4B;
6. Fotokopi Sertifikat Merek "*FORMULA STRONG*" atas nama *Blissful Centany International Limited*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-5A;
7. Fotokopi Sertifikat Perpanjangan Jangka Waktu Pelindungan Merek Terdaftar dengan merek "*FORMULA STRONG*" atas nama *Hardwood PTE LTD*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-5B;
8. Fotokopi Surat Nomor HKI.4.HI.06.04.39862/2015 tanggal 15 Agustus 2016 tentang Pengalihan Hak Merek, yaitu merek "*STRONG*" dan merek "FORMULA STRONG" dari *Blissful Centany International Limited* kepada *Harwood PTE LTD*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-6;
9. Fotokopi Sertifikat Merek "*STRONG PROTECTOR*" atas nama *Blissful Centany International Limited*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-7A;
10. Fotokopi Surat Nomor HKI.4.HI.06.04.34163/2017 tentang Pengalihan Hak Merek, yaitu merek "*FORMULA PROTECTOR*" dari *Blissful Centany International Limited* kepada *Harwood PTE LTD*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-7B;
11. Fotokopi Formulir Permohonan Pendaftaran Merek Indonesia dengan merek "*STRONG PROTECTION*", bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-8;

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berusaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

12. Fotokopi Perjanjian Produksi, Distribusi, Promosi, dan Perdagangan Produk Pasta Gigi, antara Harwood PTE LTD dengan PT Ultra Prima Abadi, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-9;
13. Asli Produk *Formula Strong*, diberi tanda P-10;
14. Asli Produk *Formula Strong Protector*, bermeterai cukup, diberi tanda P-11;
15. Asli Produk *Formula Strong Protection*, bermeterai cukup, diberi tanda P-12;
16. Asli Produk *Pepsodent Strong 12 Jam*, bermeterai cukup, diberi tanda P-13;
17. Fotokopi Kuitansi Pembelian *Pepsodent Strong* tanggal 3 Juni 2019, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-14;
18. Fotokopi Nota Pembelian *Pepsodent Fresh* tanggal 19 Februari 2020, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-15;
19. Fotokopi Nota Pembelian *Pepsodent* 75 Promo tanggal 18 September 2019, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-16;
20. Fotokopi Nota Pembelian *Pepsodent* 75gr Biru tanggal 27 Februari 2020, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-17;
21. Fotokopi Nota Pembelian *Pepsodent* tanggal 12 Februari 2020, bermeterai cukup dan sesuai asli, diberi tanda P-18;
22. Fotokopi Surat Nomor 08/UPA-TP/MD/I/2017 tentang 2016 Laporan Penjualan Tahunan Pasta Gigi *STRONG* di Indonesia, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-19;
23. Fotokopi Surat Nomor 03/UPA-TP/MD/I/2018 tentang 2017 Laporan Penjualan Tahunan Pasta Gigi *STRONG* di Indonesia, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-20;
24. Fotokopi Surat Nomor 11/UPA-TP/MD/I/2019 tentang 2018 Laporan Penjualan Tahunan Pasta Gigi *STRONG* di Indonesia, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-21;
25. Fotokopi Surat Nomor 01/UPA-TP/MD/I/2020 tentang 2019 Laporan Penjualan Tahunan Pasta Gigi *STRONG* di Indonesia, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-22;
26. Fotokopi Surat Kerja Sama Promosi (SKP) dengan PT. Sumber Indah Lestari, bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda P-23;
27. Fotokopi Kesepakatan Promosi dengan PT. Matahari Putra Prima, Tbk., bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda P-24;
28. Fotokopi Surat Konfirmasi *Mailer* PT. Hero Supermarket, Tbk., bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda P-25;
29. Fotokopi Surat Kerjasama Reguler (SKPR) dengan PT. Lancar Wigunna Sejahtera, bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda P-26;

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berusaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

30. Fotokopi Surat Kerjasama Reguler (SKPR) dengan PT. Midi Utama Indonesia, bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda P-27;
31. Fotokopi Surat Kerjasama Promosi Reguler (SKPR) dengan PT. Sumber Alfaria Trijaya, bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda P-28;
32. Fotokopi Surat Kontrak Kerjasama Promosi dengan PT. Indomarco Prismatama Merchandising Division, bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda P-29;
33. Fotokopi Promotion Form dengan Supra Boga Lestari, bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda P-30;
34. Fotokopi Agreement Instore dengan PT. Trans Retail Indonesia, bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda P-31;
35. Fotokopi Promo Produk Pasta Gigi *Formula Strong Protector*, *Formula Strong Protection*, *Formula Strong Herbal* melalui brosur Alfamart, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-32;
36. Fotokopi Promo Produk Pasta Gigi *Formula Strong Herbal* melalui brosur Giant, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-33;
37. Fotokopi Promo Pasta Gigi *Formula Strong Protector* melalui brosur Transmart-Carefour, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-34;
38. Fotokopi Promo Produk Pasta Gigi *Formula Strong* melalui brosur Indomart, bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda P-35;
39. Fotokopi bukti pembayaran promo produk *Formula Strong Herbal* melalui PT. Cahaya Kreasi Pariwara, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-36;
40. Fotokopi bukti pembayaran promo produk *Formula Herbal* melalui Matari Adv, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-37;
41. Fotokopi bukti pembayaran promo produk *Formula TP* melalui PT. Wira Pamungkas Pariwara, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-38;
42. Fotokopi bukti pembayaran promo produk Pasta Gigi Herbal melalui PT. Langgeng Berkat Karyatama, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-39;
43. Fotokopi bukti pembayaran promo produk *Formula Herbal* melalui PT. Zona Kencana Indonesia, bermeterai cukup dan sesuai asli, diberi tanda P-40;
44. Fotokopi Formulir Permohonan Pendaftaran Merek Indonesia Produk *Formula Strong Herbal*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-41;
45. Fotokopi Formulir Permohonan Pendaftaran Merek Indonesia Produk *Formula Strong Protection*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-42;

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berusaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu. Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

46. Asli Produk Pasta Gigi *Formula Strong Herbal*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-43;
47. *Print out* Pencarian Terstruktur Merek *Toyota*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-44;
48. *Print out* Pencarian Terstruktur Merek *Alphard*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-45A;
49. *Print out* Pencarian Terstruktur Merek *Vellfire*, bermeterai cukup dan sesuai asli, diberi tanda P-45B;
50. *Print out* Pencarian Terstruktur Merek *Avanza*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-46A;
51. *Print out* Pencarian Terstruktur Merek *Veloz*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-46B;
52. *Print out* Pencarian Terstruktur Merek *Corolla*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-47A;
53. *Print out* Pencarian Terstruktur Merek *Corolla Altis*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-47B;
54. *Print out* Pencarian Terstruktur Merek *Corolla Cross*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-47C;
55. *Print out* Pencarian Terstruktur Merek *Toyota Innova*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-48A;
56. *Print out* Pencarian Terstruktur Merek *Innova Cross*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-48B;
57. *Print out* Pencarian Terstruktur Merek *Innova Venturer*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-48C;
58. *Print out* Pencarian Terstruktur Merek *Yaris*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-49A;
59. *Print out* Pencarian Terstruktur Merek *GR Yaris*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-49B;
60. *Print out* Pencarian Terstruktur Merek *Yaris Cross*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-49C;
61. *Print out* Pencarian Terstruktur Merek *Lexus+Logo*, bermeterai cukup dan sesuai asli, diberi tanda P-50;
62. *Print out* Pencarian Terstruktur Merek *LS460*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-51A;
63. *Print out* Pencarian Terstruktur Merek *LS500*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-51B;

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berusaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

64. *Print out* Pencarian Terstruktur Merek *GS200t*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-52A;
65. *Print out* Pencarian Terstruktur Merek *GS250*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-52B;
66. *Print out* Pencarian Terstruktur Merek *GS300H*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-52C;
67. *Print out*Promo *New Avanza Videos*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-53A;
68. *Print out*Promo *New Veloz Videos*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-53B;
69. *Print out*Promo *New Innova Videos*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-54A;
70. *Print out*Promo *New Venturer Videos*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-54B;
71. *Print out*Promo *New Alphard*, bermeterai cukup dan sesai Asli, diberi tanda P-55A;
72. *Print out*Promo *New Vellfire*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-55B;
73. *Print out* Pencarian Terstruktur Merek *GS300H*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-55C;
74. *Print out* Pencarian Terstruktur Merek *Aqua+logo*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-56;
75. *Print out* Pencarian Terstruktur Merek *Le Minerale*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-57;
76. *Print out* Pencarian Terstruktur Merek Citra, bermeterai cukup dan sesuai asli, diberi tanda P-58;
77. *Print out* Pencarian Terstruktur Merek *Apple Pasion*, bermeterai cukup dan sesuai asli, diberi tanda P-59;
78. *Print out* Pencarian Terstruktur Merek *Orange Blast*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-60;
79. *Print out* Pencarian Terstruktur Merek *Anti Dandruff*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-61;
80. *Print out* Pencarian Terstruktur Merek *Anti Gatal*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-62;
81. *Print out* Pencarian Terstruktur Merek *Anti Ketombe*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-63

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berupaya untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

82. *Print out* Pencarian Terstruktur Merek *Anti Rontok*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-64;
83. Print out Pencarian Terstruktur Merek *Bebas Lepek*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-65;
84. *Print out* Pencarian Terstruktur Merek *Ketombe Bau*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-66;
85. *Print out* Pencarian Terstruktur Merek *Ketombe Kering*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-67;
86. Print out Pencarian Terstruktur Merek *Ketombe Lengket*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-68;
87. *Print out* Pencarian Terstruktur Merek *No Lepek*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-69;
88. *Print out* Pencarian Terstruktur Merek *Logo Kedelai Hitam Berkualitas*, bermeterai cukup dan sesuai asli, diberi tanda P-70;
89. *Print out* Pencarian Terstruktur Merek *Logo Rempah Segar Berkualitas*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-71;
90. *Print out* Pencarian Terstruktur Merek *Logo Rempah Berkualitas*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda P-72;

Menimbang, bahwa selain mengajukan alat buktiSurat atau Tulisan tersebut,Kuasa Hukum Penggugat telah mengajukan satu orang saksi bernama **Jennifer Fransisca** dan satu orang Ahli,bernama **Dr. Henny Marlina, S.H., M.M., M.Li**yang memberikan keterangan dan pendapatnya di bawah sumpah/janji, pada pokoknya masing-masing adalah sebagaimana termuat dalam Berita Acara Sidang perkara ini;

Menimbang, bahwa keterangan saksi **Jennifer Fransisca** yang disumpah di persidangan, pada pokoknya menerangkan sebagai berikut:

- bahwa saksi adalah bekerja sejak tahun 2013 di PT Ultra Prima Abadi,dan sekarang saksi sebagai *Managing Director* pada Divisi Pasta Gigi dan Sikat Gigi di PT Ultra Prima Abadi;
- bahwa ada perjanjian antara Penggugat (Harwood Private Limited) dan PT Ultra Prima Abadi bekerjasama dalam hal produksi, distribusi dan penjualan produk pasta gigi merek STRONG di Indonesia maupun ekspor ke luar negeri, seperti di negara-negara Indo China dan negara-negara di Afrika;
- bahwa dalam perjanjian tersebut, PT. Ultra Prima Abadi berhak menggunakan merek FORMULA dan merek STRONG;

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berupaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

- bahwa penjualan produk pasta gigi STRONG milik Penggugat tersebut didistribusikan di pasar retail dan pasar modern, yaitu produk pasta gigi merek Formula yang menggunakan merek kata STRONGdengan varian STRONG, STRONG PROTECTOR, STRONG PROTECTION, dan STONG HERBAL;
- bahwa saksi mengetahui merek STRONG milik Penggugat digunakan oleh Tergugat dalam produknya PEPSODENT STRONG 12 JAM yang sama menggunakan merek STRONG, dan di pasaran harganya dijual lebih murah, sehingga penjualan pasta gigi merek STRONG mengalami penurunan berdasarkan hasil riset AC Nielsen;
- bahwa saksi mengetahui, sampai sekarang Tergugat masih memproduksi, mengedarkan, memperdagangkan dan menjual produk PEPSODENT STRONG 12 JAM;
- bahwa sepengetahua saksi, berdasarkan data riset AC Nielsen tentang peringkat nasional, data *retail*pemasaran/penjualan pasta gigi merek FORMULA menempati peringkat keempat di Indonesia;
- bahwa saksi mengetahui, produk pasta gigi yang beredar luas dan menggunakan unsur merek kata STRONG memang hanya dari Tergugat yaitu PEPSODENT STRONG 12 JAM;
- bahwa saksi pernah mengetahui tentang ilustrasi merek COLGATE STRONG di luar negeri, namun ketika masuk ke pasaran negara Indonesia, kemudian diganti menjadi COLGATE PERLINDUNGAN MAKSIMUM;

Menimbang, bahwa Ahli **Dr. Henny Marlina, S.H., M.M., M.Li** yang di bawah sumpah/janji, pada pokoknyaberpendapat hukum, sebagai berikut:

- bahwa sepanjang merek STRONG sudah terdaftar sebagai Merek Terdaftar milik Penggugat, maka Penggugat dapat mendalilkan adanya pelanggaran merek terdaftar, karena kata STRONG sudah terdaftar sebagai merek, dan Penggugat berhak memperoleh perlindungan hukum merek;
- bahwa dalam hal Penggugat telah mengingatkan Tergugat, berarti Tergugat sudah mengetahui keberadaan kata "STRONG" telah terdaftar sebagai merek, yang dilindungi oleh hukum, sehingga ada kemungkinan apabila tetap digunakan oleh Tergugat, maka Tergugat telah melakukan pelanggaran merek;
- bahwa secara filosofis, salah satu tujuan Undang-Undang Merek adalah melindungi konsumen; Namun, secara normatif, khususnya dalam konteks pelanggaran merek, maka unsur-unsur yang harus dibuktikan tidak termasuk

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berupaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

apakah ada atau tidak ada unsur perlindungan konsumen; Ketentuan Pasal 83 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografismengatur tentang pelanggaran merek apabila secara transparan menggunakan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan barang atau jasa yang sama dan/atau sejenisatau tidak sejenisdengan merek terdaftar tersebut;

- bahwa yang harus dilihat untuk dapat menentukan apakah ada pelanggaran merek?, dan apakah terdapat persamaan pada pokoknya?, maka secara keseluruhannya, kita harus membandingkan merek terdaftar "STRONG" yang ada di dalamSertifikat Merek milik Penggugat dengan bagaimana penggunaan kata "STRONG" oleh Tergugat dalam produknya PEPSODENT SREONG 12 JAM sebagaimana didalilkan oleh Penggugat, yaitu dengan mengabaikan lebih dahulu kata FORMULA dan PEPSODENT; Patokan utamanya adalah etiket merek "STRONG" yang terdaftar milik Penggugat tersebut, apakah digunakan pada produk milik Tergugat?; Jadi yang dijadikan patokan bukan merek Tergugat, akan tetapi apa yang terdaftar lebih dahulu, kemudian apakah ada kesamaannya atau persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek terdaftar "STRONG" milik Penggugat;
- bahwa ketika diperlihatkan produk kemasan barang pasta gigi merek STRONG milik Penggugat dengan varian FORMULA STRONG, FORMULA PROTECTOR, FORMULA PROTECTION, dan FORMULA HERBAL yang dibandingkan dan disandingkan dengan pasta gigi PEPSODENT STRONG 12 JAM milik Tergugat, Ahli berpendapat bahwapenggunaan kata "STRONG" tersebut ada persamaan pada pokoknya;
- bahwa menurut pendapat Ahli kata "STRONG" tersebut termasuk kategori kata apa menjadi tidak relevan, karena pokok perkara ini merupakan gugatan pelanggaran merek;
- bahwa unsur dominan dari PEPSODENT STRONG 12 JAM tersebut secara keseluruhanadalah PEPSODENT STRONG 12 JAM, akan tetapi bisa saja didalilkan bahwa pencantuman kata STRONG disitu adalah melanggar merek, dengan mengacu kata STRONG sudah terdaftar sebagai merek,sedangkan jika kata STRONG digunakan sebagai keterangan, dapat saja menggunakan kata-kata yang lain;

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berusaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

Menimbang, bahwa untuk menguatkan dalil-dalil bantahan di dalam Jawaban dan Dupliknya, Kuasa Hukum Tergugat telah mengajukan alat bukti Surat atau Tulisan yang masing-masing bermeterai cukup dan telah pula dicocokkan dengan surat Asli dan surat pembandingnya, diberi tanda bukti **T-1** sampai dengan bukti **T-165**, sebagai berikut:

1. Fotokopi Surat Nomor HKI.4.01.09-007602/2020, Petikan Sertifikat Merek *Pepsodent*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-1;
2. Fotokopi Surat Nomor HKI.4.01.09-011024/2020, Petikan Sertifikat Merek *Pepsodent Whitening 123*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-2;
3. Fotokopi Surat Nomor HKI.4.01.09-003671/2020, Petikan Sertifikat Merek *Pepsodent Actiwhite*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-3;
4. Fotokopi Surat Nomor HKI.4.01.09-008006/2020, Petikan Sertifikat Merek *Pepsodent Action 123*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-4;
5. Fotokopi Surat Nomor HKI.4.01.09-000082/2020, Petikan Sertifikat Merek *Pepsodent Crystal Calsium White*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-5;
6. Fotokopi Surat Nomor HKI.4.01.09-038224/2020, Petikan Sertifikat Merek *Pepsodent White Now*, bermeterai cukup dan sesuai asli, diberi tanda T-6;
7. Fotokopi Surat Nomor HKI.4.01.09-005657/2020, Petikan Sertifikat Merek *Pepsodent Junior*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-7;
8. Fotokopi Surat Nomor HKI.4.01.09-002536/2020, Petikan Sertifikat Merek *Pepsodent Complete Care*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-8;
9. Fotokopi Surat Nomor HKI.4.01.09-005334/2020, Petikan Sertifikat Merek *Pepsodent*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-9;
10. Fotokopi Surat Nomor HKI.4.01.09-002832/2020, Petikan Sertifikat Merek *Pepsodent + Logo*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-10;
11. Fotokopi Surat Nomor HKI.4.01.09-047760/2020, Petikan Sertifikat Merek *Pepsodent Sensitive Expert Serum Intense Repair 5*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-11;
12. Fotokopi Surat Nomor HKI.4.01.09-033115/2020, Petikan Sertifikat Merek *Pepsodent Activ White*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-12;
13. Fotokopi Surat Nomor HKI.4.01.09-011937/2020, Petikan Sertifikat Merek *Pepsodent Herbal*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-13;

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berusaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

14. Fotokopi Surat Nomor HKI.4.01.09-002636/2020, Petikan Sertifikat Merek *Pepsodent Fresh Cool Mint*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-14;
15. Fotokopi Surat Nomor HKI.4.01.09-018224/2020, Petikan Merek Sertifikat Merek *Pepsodent Complete 8 Action*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-15;
16. Fotokopi Surat Nomor HKI.4.01.09-004263/2020, Petikan Sertifikat Merek *Pepsodent Sensitive Expert*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-16;
17. Fotokopi Surat Nomor HKI.4-TI.04.01-05, Pencetakan Sertifikat Merek Secara *Online*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-17;
18. Fotokopi Formulir Pendaftaran Merek Indonesia Produk *Pepsodent Strong 12 Jam*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-18;
19. Fotokopi Formulir Pendaftaran Merek Indonesia Produk *Pepsodent Strong 12 Jam + Logo*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-19;
20. Fotokopi *Registration Certificate Pepsodent* Nomor*1362143*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-20A;
21. Fotokopi terjemahan Konfimasi Pembaruan Merek 1362143 tanggal 6 Juli 2015, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-20B;
22. Fotokopi *Certificat De Renouvellement Pepsodent Nomor 0012519*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-21A;
23. Fotokopi terjemahan Salinan Daftar Merek Dagang Nomor 0012519, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-21B;
24. Fotokopi *Certificat D'Enregistrement Pepsodent* Nomor *745336*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-22;
25. Fotokopi Surat tanggal 30 Maret 1998,*Notice of Renewal of Registration* Nomor *306147*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-23A;
26. Fotokopi Surat tanggal 14 Desember 2017, Pembaruan Pendaftaran Merek Dagang Nomor 306147 Merek *Pepsodent*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-23B;
27. Fotokopi *Certificate of Renewal/Restoration Trade Mark Pepsodent*, date January 6th, 2016, bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda T-24A;
28. Fotokopi terjemahan dari bukti T-24A, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-24B;
29. Fotokopi *Certificate of Renewal/Restoration Trade Mark Pepsodent*, date March 2nd, 2017, bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda T-25A;

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berusaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

30. Fotokopi Sertifikat Pembayaran (termasuk biaya tambahan) dan Sertifikat Pemulihan/Pembaruan Republik Afrika Selatan, tanggal 8 Desember 2006, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-25B;
31. Fotokopi *Certificado de Registro de Marca* Nomor *007134517*, merek *Pepsodent*, bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda T-26;
32. Fotokopi *Certificado de Registro de Marca* Nomor *007134517*, merek Pepsodent, bermeterai cukup dan tanpa asli, diberi tanda T-27;
33. Fotokopi Sertifikat Pendaftaran Merek Pepsodent (berbahasa Mandarin), bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-28A;
34. Fotokopi Salinan Daftar Merek Dagang Nomor 40-6366 dengan Merek Pepsodent, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-28B;
35. Fotokopi *Certificate of Trademark Registration Number 40-1160838*, merek *Pepsodent*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-29A;
36. Fotokopi terjemahan dari bukti surat T-29A, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-29B;
37. Fotokopi *Certificate of a Trademark*, merek *Pepsodent*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-30A;
38. Fotokopi terjemahan Sertifikat Pembaruan Merek Nomor 2222, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-30B;
39. Fotokopi Pendaftaran Merek Nomor 633020 (berbahasa Mandarin), bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-31A;
40. Fotokopi Sertifikat Pembaruan Merek Dagang *Pepsodent* tanggal 5 Juni 2013, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-31B;
41. Fotokopi *Certificate of Trademark Registration* Nomor 4136494, Mark *Pepsodent*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-32A;
42. Fotokopi Sertifikat Pembaruan Pendaftaran Merek Dagang Nomor 4136494, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-32B;
43. Fotokopi *Certificate Issued Under Section 39 of the Trade Marks Ordinance, 1949, No. 1100 to Pepsodent Ltd*., bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-33A;
44. Fotokopi Pemberitahuan Pembaruan (dikeluarkan berdasarkan Bab 41.) Nomor 1100, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-33B;
45. Fotokopi Sertifikat *Trademarks Registry Intellectual Property Office of Singapore No. T65/37254C has been renewed*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-34A;
46. Fotokopi terjemahan Indonesia dari bukti surat T-34A, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-34B;

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berusaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

47. Fotokopi Pencatatan Perjanjian Lisensi atas Merek Terdaftar Nomor Pendaftaran IDM000615630, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-35;
48. Fotokopi Pencatatan Perjanjian Lisensi atas Merek Terdaftar Nomor Pendaftaran IDM000625720, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-36;
49. Fotokopi Pencatatan Perjanjian Lisensi atas Merek Terdaftar Nomor Pendaftaran IDM000422517, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-37;
50. Fotokopi Pencatatan Perjanjian Lisensi atas Merek Terdaftar Nomor Pendaftaran IDM000547307, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-38;
51. Fotokopi Pencatatan Perjanjian Lisensi atas Merek Terdaftar Nomor Pendaftaran IDM000499032, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-39;
52. Fotokopi Pencatatan Perjanjian Lisensi atas Merek Terdaftar Nomor Pendaftaran IDM000593278, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-40;
53. Fotokopi Pencatatan Perjanjian Lisensi atas Merek Terdaftar Nomor Pendaftaran ODM000508016, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-41;
54. *Print out* Pencarian Terstruktur Merek Nomor Pendaftaran IDM000447219, bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda T-42;
55. *Print out* Pencarian Tersturktur Merek Nomor Pendaftaran IDM000086638, bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda T-43;
56. *Print Out* Pencarian Terstruktur Merek Nomor Pendaftaran IDM000221045, bermeterai cukup dan tanpa asli, diberi tanda T-44;
57. Fotokopi Surat Nomor HKI.4.01.09-012139/2020, Lampiran Petikan Sertifikat Merek *Amstrong*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-45;
58. Fotokopi Surat Nomor HKI.4.01.09-022409/2020, Lampiran Petikan Sertifikat Merek *Strong Magic*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-46;
59. Fotokopi Surat Nomor HKI.4.01.09-026813/2020, Lampiran Petikan Sertifikat Merek Strongpet, bermeterai cukup dan sesuai asli, diberi tanda T-47;

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berusaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

60. Fotokopi Surat Nomor HKI.4.01.09-028086, Lampiran Petikan Sertifikat Merek *Strongpoint*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-48;
61. Fotokopi Surat Nomor HKI.4.01.09-006281/2020, Lampiran Petikan Sertifikat Merek *Care&Strong*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-50;
62. Fotokopi Surat Nomor HKI.4.01.09-006062/2020, Lampiran Petikan Sertifikat Merek *Clean&Strong*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-51;
63. Fotokopi Surat Nomor HKI.4.01.09-020156/2020, Lampiran Petikan Sertifikat Merek *Xtra Strong Xtra Smooth Xtra Soft*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-52;
64. Fotokopi Surat Nomor HKI.4.01.09-038610/2020, Lampiran Petikan Sertifikat Merek *Strong Teeth*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-53;
65. Fotokopi Surat Nomor HKI.4.01.09-006268/2020, Lampiran Petikan Sertifikat Merek *Strong&Smooth*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-54;
66. Fotokopi Surat Nomor HKI.4.01.09-006063/2020, Lampiran Petikan Sertifikat Merek *Big&Strong*, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-55;
67. Fotokopi Artikel *Online* tanggal 28 September 2017 berjudul "Konsistensi Berinovasi, Unilever Indonesia Menerima Sejumlah Penghargaan", bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-56;
68. Fotokopi Artikel *Online* Tempo.co tanggal 2 Agustus 2020 berjudul "Swa Berikan *Best Brand Award* 2005", bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-57;
69. Fotokopi *Top Brand Online Index* Tahun 2015 sampai dengan Tahun 2020, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-58;
70. Fotokopi Majalah *Brand Footprint*, *Indoensia Urban Ranking of The Most Chosen Consumer Brands*, bulan June 2020, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-59;
71. *Print out* Majalah *Brandz Top 50 Most Valuable Indonesian Brands 2019*, bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda T-60;
72. *Print out* Artikel *Online* berjudul "Pemenang Halal Award 2019", bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda T-61;
73. *Print out* Artikel *Online* berjudul "10 Merek Pengiklan Terbesar di TV", bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda T-62;

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berusaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

74. *Print out* Artikel *Online* berjudul "Belanja Iklan TV 2016 Capai Rp96,8T, Siapa Dapat Kue Paling Besar?", bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda T-63;
75. *Print out* Artikel "Pertarungan Unilever, L'Oreal, P&G Jadi Kue Iklan Triliunan di TV", bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda T-64;
76. Fotokopi Foto penjualan Produk "*Pepsodent*", bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-67;
77. *Print out* laman media sosial Instagram "*Pepsodent*" di Ghana, bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda T-93A;
78. Fotokopi terjemahan bukti T-93A, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-93B;
79. *Print out* laman media sosial Youtube "*Pepsodent*" di Ghana, bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda T-94A;
80. Fotokopi terjemahan bukti T-94A, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-94B;
81. *Print out* laman media sosial Youtube "*Pepsodent*" di Kenya, bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda T-95A;
82. Fotokopi terjemahan bukti T-95A, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-95B;
83. *Print out* laman media sosial Twitter "*Pepsodent*" di Kenya, bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda T-96A;
84. Fotokopi terjemahan bukti T-96A, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-96B;
85. *Print out* laman produk "*Pepsodent*" pada toko *online* Kasha di Kenya, bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda T-97A;
86. Fotokopi terjemahan bukti T-97A, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-97B;
87. Fotokopi Surat Pernyataan dari Michael Rorai, yang bertindak untuk dan atas nama Unilever N.V., bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-98A;
88. Fotokopi terjemahan bukti T-98A, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-98B;
89. *Print out* laman produk "*Pepsodent*" pada toko *online* Shopee di Malaysia, bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda T-99A;
90. Fotokopi terjemahan bukti T-99A, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-99B;

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berusaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

91. *Print out* laman produk "Pepsodent" pada toko *online* Lazada di Malaysia, bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda T-100A;
92. Fotokopi terjemahan bukti T-100A, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-100B;
93. Print out laman produk "*Pepsodent*" pada toko *online* Iprice di Malaysia, bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda T-101A;
94. Fotokopi terjemahan bukti T-101A, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-101B;
95. *Print out* laman produk "*Pepsodent*" pada toko *online* Shopee di Filipina, bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda T-102A;
96. Fotokopi terjemahan bukti T-102A, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-102B;
97. *Print out* laman produk "*Pepsodent*" pada toko *online* Shopee di Filipina, bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda T-103A;
98. Fotokopi terjemahan bukti T-103A, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-103B;
99. *Print out* laman media sosial Facebook "*Pepsodent*" di Nepal, bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda T-104A;
100. Fotokopi terjemahan bukti T-104A, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-104B;
101. *Print out* laman produk "*Pepsodent*" pada toko *online* Daraz di Nepal, bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda T-105A;
102. Fotokopi terjemahan bukti T-105A, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-105B;
103. *Print out* laman media sosial Facebook "*Pepsodent*" di Bolivia, bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda T-106;
104. *Print out* laman media sosial Youtube "*Pepsodent*" di Bolivia, bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda T-107;
105. *Print out* laman media sosial Facebook "*Pepsodent*" di Denmark, bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda T-108;
106. *Print out* laman produk "*Pepsodent*" pada toko *online* Ubuy di Nepal, tanpa meterai dan tanpa Asli, diberi tanda T-109A;
107. Fotokopi terjemahan bukti T-109A, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-109B;
108. Fotokopi laman penjualan produk "*Pepsodent*" pada toko *online* med24.dk, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-110;

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berusaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

109. Fotokopi laman penjualan produk "*Pepsodent*" pada toko *online* luxplus, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-111;
110. Fotokopi laman penjualan produk "*Pepsodent*" pada toko *online* PrizeCheck, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-112A;
111. Fotokopi terjemahan surat bukti T-112A, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-112B;
112. Fotokopi laman resmi "*Pepsodent*" di Chili, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-113;
113. Fotokopi laman penjualan produk "*Pepsodent*" pada toko *online* DC, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-114A;
114. Fotokopi terjemahan bukti T-114A, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-114B;
115. *Print out* laman produk "*Pepsodent*" pada toko *online* Mercado Libre di Chile, bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda T-115;
116. *Print out* laman produk "Pepsodent" pada toko *online* Falabella di Chile, bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda T-116;
117. *Print out* laman media sosial Instagram "Pepsodent" di Russia, bermeterai cukup dan tanpa asli, diberi tanda T-117;
118. *Print out* laman produk "*Pepsodent*" pada toko online Avito di Russia, bermeterai cukup dan tanpa asli, diberi tanda T-118;
119. *Print out* laman produk "*Pepsodent*" pada toko *online* eBay, bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda T-119A;
120. Fotokopi terjemahan bukti T-119A, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-119B;
121. *Print out* Pepsodent Global Report "*The Hiden Impact of Oral Health on Children's Lives*", bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda T-120;
122. Fotokopi Surat Pernyataan dari Michael Rorai, yang bertindak untuk dan atas nama Unilever N.V., bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-121A;
123. Fotokopi terjemahan bukti T-121A, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-121B;
124. Asli produk "*Pepsodent*" varian "*Action 123 + Center Fresh*", bermeterai cukup, diberi tanda T-122;
125. Asli produk "*Pepsodent*" varian "*Action 123 + Whitening*", bermeterai cukup, diberi tanda T-123;
126. Asli produk "*Pepsodent*" varian "Pepsodent Pencegah Gigi Berlubang", bermeterai cukup, diberi tanda T-124;

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berusaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

127. Asli produk "*Pepsodent*" varian "*Pepsodent Action 123 Nature Essentials Herbal*", bermeterai cukup, diberi tanda T-125;
128. Asli produk "*Pepsodent*" varian "*Pepsodent Action 123 Nature Essentials Charcoal Whitening*", bermeterai cukup, diberi tanda T-126;
129. Asli produk "*Pepsodent*" varian "*Pepsodent* Pencegah Gigi Berlubang Fresh Coolmint", bermeterai cukup, diberi tanda T-127;
130. Asli produk "*Pepsodent*" varian "*Pepsodent Strong 12 Jam*", bermeterai cukup, diberi tanda T-128;
131. Fotokopi struk pembelian bukti T-122 sampai dengan bukti T-129, bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-129;
132. Asli produk "*Formula*" varian "*Strong Herbal*", bermeterai cukup, diberi tanda T-130;
133. Asli produk "*Formula*" varian "*Strong Protection*", bermeterai cukup, diberi tanda T-131;
134. Asli produk "*Formula*" varian "*Strong*", bermeterai cukup, diberi tanda T-132;
135. Asli produk "*Darlie*" varian "*Original Strong Mint*", bermeterai cukup, diberi tanda T-134;
136. Asli produk "*Colgate*" varian "*Maximum Cavity Protection*", bermeterai cukup, diberi tanda T-135;
137. Asli produk "*Marvis*" varian "*Original Strong Mint*", bermeterai cukup, diberi tanda T-136;
138. Asli produk "*Sensodyne*" varian "*Strong & Bright*", bermeterai cukup, diberi tanda T-137;
139. Asli produk "*Parodontax*" varian "*Healthy Gum & Strong Teeth*", bermeterai cukup, diberi tanda T-138;
140. Asli produk "*Red Seal*" varian "*Smokers Breath Freshner*", bermeterai cukup, diberi tanda T-139;
141. Asli produk "*Arm & Hammer*" varian "*Bright & Strong*", bermeterai cukup, diberi tanda T-140;
142. Asli produk "*Dabur*" varian "*Red*", bermeterai cukup, diberi tanda T-141;
143. *Print out* katalog *online* Transmart untuk produk "Formula", bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda T-142;
144. *Print out* katalog *online* Iprice untuk produk "*Formula*", bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda T-143;
145. *Print out* katalog *online* Hemat.id untuk produk "*Formula*", bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda T-144;

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berupaya untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

146. *Print out* katalog online Hypermart produk "*Formula*", bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda T-145;
147. *Print out* brosur Transmart/Carefour untuk produk "*Formula*", bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda T-146;
148. *Print out* laman media sosial Instagram "*Formulaoralcare*", bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda T-147;
149. Fotokopi brosur Alfamart untuk produk "*Formula*", bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-148;
150. Print out laman resmi produk "*Formula*" (https://formula.id), bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda T-149;
151. *Print out* laman resmi produk "*Formula*" (https://ot.id), bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda T-150;
152. *Print out* artikel media *online* Detik.com berjudul "Jaga Selalu Kesehatan Gigi dengan Promo di Transmart & Carefour", bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda T-151;
153. Foto tampilan pada toko untuk produk "*Formula*", bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-152;
154. *Print out* laman resmi Badan Pengawas Obat dan Makanan RI untuk produk Pasta Gigi *Strong Herbal* merek *Formula*, bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda T-153;
155. Fotokopi Daftar Belanja Produk Halal, Acuan Sertifikasi Halal: HAS 23 000, edisi November - Desember 2018, bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda T-154;
156. *Print out* Pencarian Terstruktur Merek "*Fresh*", bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda T-155;
157. *Print out* Pencarian Terstruktur Merek "*Fun & Fresh*", bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda T-156;
158. *Print out* Pencarian Terstruktur Merek "*Fresh Human*", bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda T-157;
159. *Print out* Pencarian Terstruktur Merek "*Fresh Skin*", bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda T-158;
160. *Print out* Pencarian Terstruktur Merek "*Fresh Clean*", bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda T-159;
161. *Print out* Pencarian Terstruktur Merek "*Bright*", bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda T-160;
162. *Print out* Pencarian Terstruktur Merek "*Bright*", bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda T-161;

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berupaya untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

163. *Print out* Pencarian Terstruktur Merek "*Act Bright*", bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda T-162;
164. *Print out* Pencarian Terstruktur Merek "*Bright Eyes*", bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda T-163;
165. *Print out* Pencarian Terstruktur Merek "Bright Stuff", bermeterai cukup dan tanpa Asli, diberi tanda T-164;
166. Fotokopi Putusan Nomor 04/Pdt.Sus-Merek/201/PN.Niaga.Jkt.Pst., bermeterai cukup dan sesuai Asli, diberi tanda T-165;

Menimbang, bahwa selain mengajukan alat buktiSurat atau Tulisan tersebut,Kuasa Hukum Tergugat telah mengajukan satu orang Ahli,**Prof. Dr. Henry Sulistyobudi, S.H., M.H.**, yang memberikan pendapatnya di bawah sumpah/janjisebagaimanatercantum dalam Berita Acara Sidang perkara ini;

Menimbang, bahwa Ahli **Prof. Dr. Henry Sulistyobudi, S.H., M.H.** yang di bawah sumpah/janji, pada pokoknya berpendapat hukum, sebagai berikut:

- bahwa dalam perspektif normal, yang menjadi merek utama dalam perkara ini adalah FORMULA, sedangkan STRONG PROTECTION adalah merek varian, yang lazim dalam praktik bisnis perusahaan-perusahaan, itu mendaftarkan merek utama yang sekarang ini lebih dahulu, lalu dalam perkembangan interaksi di pasar ada *demand* - ada permintaan-permintaan yang berbeda peruntukannya; Itu sebabnya, untuk merek FORMULA kemudian ditambahkan adanya merek varian atau *identifier* yang sekadar sebagai tanda untuk menunjukkan kekhasan dari produk yang menggunakan merek utama tadi; Disini contohnya, FORMULA, maka akan ada jenis-jenis varian produk buatan FORMULA yang berbeda satu dengan yang lain, tetapi dari sumber yang sama, dalam hal ini produsennya yaitu FORMULA; Dalam hal demikian, secara fungsi ada dua hal yang berbeda, FORMULA merupakan merek pokok, merek utama, yang sejak awal historisnya memang didaftar untuk menjalankan fungsi pembeda terhadap produk sejenis lainnya; Tetapi untuk tambahan yang varian tadi, secara fungsi sesungguhnya hanya untuk memberi petunjuk kepada konsumen tentang produk yang spesifik, yang dideskripsikan; Itu sebabnya, merek varian itu sifatnya deskriptif;
- bahwa menurut Ahli, kedudukan FORMULA tetap menjadi merek utama, kemudian varian sekadar menjadi tanda kekhasan dari produk dibandingkan

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berupaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

produk yang menggunakan merek yang sama,tetapi untuk kepentingan yang berbeda; Hal ini lazim, misalnya "Panadol" menggunakan merek "Panadol", tetapi ada *identifier*, ada pembeda peruntukkannya, yaitu mana yang untuk sakit flu, mana yang untuk sakit demam, mana yang untuk sakit kepala; Hal tersebut juga dibedakan dengan warna, ada yang berwarna merah, biru, dan hijau; Ini lazim terjadi dalam praktik bisnis, tapi pemahaman Ahli tetap sama bahwa merek utama adalah merek pokok, dan kombinasinya dengan merek varian tadi sekadar sebagai petunjuk saja; Merek utama bisa didaftarkan, Merek varian, mungkin juga bisa didaftarkan; Jika deskriptif, menjadi tidak layak untuk didaftarkan;Dalam Undang-Undang Merek, apabila merek tersebut deskriptif, juga bisa didaftarkan, dan itu akan ada ketergantungan, merek varian akan menjadi *dependent* terhadap merek pokoknya;

- bahwa dalam pandangan Ahli, unsur dominan pada pendaftaran merek atau merek yang saat ini sedang didaftarkan terletak pada kata PEPSODENT nya, dan bukan pada kata STRONG 12 JAM nya;
- bahwa ketentuan Pasal 83 ayat (1) Undang-Undang Merek adalah sebagai rambu untuk menentukan apakah seseorang sudah secara hukum melakukan pelanggaran; Parameternya adalah apabila ia menggunakan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya dengan merek orang lain yang telah terdaftar; Persamaan pada pokoknya secara praktik diukur dengan melihat unsur dominan; Kemudian, jabaran dari penentuan ada tidaknya pelanggaran merek diatur dengan norma untuk mengukur, yaitu *Pertama*apakah pemilik merek yang diduga menyamai atau meniru merek orang lain yang ada sebelumnya itu memang secara fakta menempatkan atau memasukkan atau menggunakan tanda, kata, huruf, atau apapun yang mempunyai persamaan pada pokoknya, dan persamaan pada pokoknya merupakan unsur dominannya; *Kedua*, apakah pemakaian merek yang diduga mempunyai persamaan pada pokoknya tadi menimbulkan penyesatan kepada masyarakat; Pendekatan yang dilakukan adalah dengan Pendekatan *Look and Feel*. Beberapa Ahli sudah menulis ke dalam Jurnal dan artikel ilmiah tentang bagaimana yang mengukur adanya pelanggaran merek, yaitu dilihat dari *look*, dari penampilan produk tersebut, bagaimana bila produk tersebut dilihat, bagaimana cara penempatannya, bagaimana hurufnya atau *font*-nya, dominan besar kecilnya; Hal itu dari sisi penampilan; Kemudian, dari sisi *feel*, lebih diukur kepada bagaimana *feel* dari konsumen, apakah dengan adanya merek seperti itu, konsumen merasa

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berupaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

tersesatkan;Kalau niatnya ingin membeli pasta gigi yang kuat, apakah yang akan dipakai sebagai pedoman adalah merek varian tadi, ataukah *feel*nya akan tetap merujuk kepada merek utamanya; Prinsip *Look and Feel* menjadi gambaran *total image* yang harus diukur dan kewenangannya ada pada Pengadilan, yaitu bagaimana Pengadilan menilai *look*-nya, *similarity*-nya, unsur dominannya, dan bagaimana Pengadilan menilai *feel* konsumennya;Hal itu mengapa Undang-Undang Merek membuka kemungkinan bila Pengadilan merasa ragu-ragu, bisa melakukan survei, menugaskan kepada para pihak-pihak yang berkepentingan untuk melakukan survei konsumen; Dan, apakah benar, seberapa populer, dan seberapa menyesatkannya merek ini di mata konsumen; Itu semua harus terukur dengan konkret, dan tidak boleh spekulatif; Namun untuk kasus dalam perkara ini, kita tidak perlu melakukan survei konsumen, karena kelihatan jelas masalahnya;

- bahwa Ahli berpendapat, merek PEPSODENT menjadi merek pokok, sedangkan STRONG 12 JAM hanya bagian dari merek yang dibutuhkan oleh produsen untuk mengidentifikasi kekhasan dari produk yang dikemas; Dan itu menjadi cara produsen berkomunikasi dengan konsumennya, bahwa "*Ya, saya membutuhkan Pepsodent, tetapi Pepsodent varian apa, jenis apa, saya akan mencari rujukan dari kata STRONG tadi*"; Dalam hal ini, terhadap STRONG PROTECTION dan STRONG 12 JAM sesungguhnya hanya merupakan bagian dari merek yang tidak bisa dipisahkan dari merek pokoknya; Menurut Ahli, tidak mungkin pihak Unilever menjual pasta gigi dengan merek STRONG 12 JAM; Secara strategi *market*, Ahli pasti menduga bahwa Unilever akan menggunakan merek PEPSODENT dan baru menggunakan STRONG, karena secara fungsi, sejak awal, penggunaan STRONG 12 JAM hanya untukmengidentifikasi produk yang khas, yang diluncurkan oleh produsen (Unilever);
- bahwa normalnya, merek tidak boleh mempunyai persamaan pada pokoknya dengan merek yang telah didaftar, milik orang lain sebelumnya; Apabila kemudian pada praktiknya ada dugaan dimana satu merek yang diluncurkanmemiliki persamaan pada pokoknya, di tingkat operasional dilakukan semacam pendekatan untuk melihat apakah yang dimaksud dari persamaan pada pokoknya, yaitu dengan merujuk pada Yurisprudensi Mahkamah Agung tentang kata-kata sebagai unsur dominan; Unsur dominan ini mewakili parameter persamaan pada pokoknya, ditambahkan dalam

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berupaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

Yurispuridensi bahwa menemukan unsur dominan itu harus melihat dan membandingkan dua merek secara utuh, tidak boleh dipisah-pisahkan atau dipecah-pecah; Seperti merek PEPSODENT STRONG 12 JAM atau FORMULA STRONG , FORMULA STRONG PROTECTION, masing-masing telah menjadi merek yang utuh; Jadi, tidak bisa dipisahkan,hanya melihat salah satu elemen dari kombinasi merek tadi, untuk kemudian dibandingkan "*apple to apple*", yang kemudian meninggalkan esensi dari merek pokok-nya; Apalagi kalau yang dipermasalahkan sekadar sebagai merek *identifier*atau merek penunjuk varian tadi; Jadi sebetulnya bukan merupakan *case* besar kalau yang dipersoalkan hanya menyangkut permasalahan merek varian; Kalau yang dipersoalkan menyangkut PEPSODENT *versus* FORMULA sebagai merek utama itu tidak apa-apa; Tetapi kalau sekadar merek varian, bahkan di sini Ahli memiliki pandangan, bahwa tidak didaftarkanpun sebenarnya tidak apa-apa, tetapi Undang-Undang Merek membuka peluang untuk itu sebagai kombinasi; Kalau misalnya, Ahli sebagai pemilik merek STRONG 12 JAM, Ahli mendaftarkan tanpa mengkaitkan dengan merek PEPSODENT, dan Ahli khawatir bahwa Kantor Merek akan menolak karena deskriptif; Seperti itu alasan normalnya; Tetapi kembali kepada kasus yang dihadapkan pada pokok perkara ini, Ahli memisahkan bahwa didalam norma hukum hanya mengenal tidak boleh mempunyai persamaan pada pokoknya; Operasionalisasi norma tadi diwujudkan dalam bentuk tidak boleh mempunyai persamaan pada unsur yang dominan; Unsur yang dominan ini kalau dihadapkan pada studi atas dua produk pasta gigi tersebut, maka Ahli tetap merujuk bahwa unsur dominannya harus PEPSODENT dan FORMULA, bukan pada merek varian atau tambahan tadi;

Menimbang, bahwa selanjutnya Penggugat dan Tergugat telah mengajukan Kesimpulan masing-masing di persidangan pada tanggal 21 Oktober 2020, akhirnya Penggugat dan Tergugatmohon putusan;

Menimbang, bahwa untuk mempersingkat uraian putusan ini, maka segala sesuatu yang terjadi di persidangan adalah sebagaimana tercantum dalamBerita Acara Persidangan perkara ini, selanjutnya dianggap telah termasuk dan turut dipertimbangkan serta menjadi satu-kesatuan yang tidak terpisahkan dengan putusan ini;

TENTANG PERTIMBANGAN HUKUM

Menimbang, bahwa maksud dan tujuan gugatan Penggugatadalah sebagaimana tersebut di atas;

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berupaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

Menimbang, bahwa terhadap gugatan Penggugat *a quo*, Tergugat telah menanggapi dan memberikan Jawaban pertama (*veweer*) baik dalam eksepsi maupun dalam pokok perkara sebagaimana tersebut di atas;

Dalam Provisi:

Menimbang, bahwa maksud dan tujuan gugatan dalam Provisi yang diajukan Penggugat adalah sebagaimana tersebut di atas;

Menimbang, bahwa dasar dan alasan hukum gugatan Penggugat yang diajukan dalam bagian Provisi,didasarkan pada ketentuan Pasal 83 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis *in casu* petitum gugatan Penggugat, agar Tergugat menghentikan perbuatan penggunaan merek "STRONG" yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya untuk barang dan/atau jasa yang sejenis milik Penggugat, karena Tergugat secara terus menerus memproduksi, mempromosikan, mengedarkan dan/atau menjual produk-produk pasta gigi merek "STRONG" dan Tergugat tidak mengindahkan peringatan dari Penggugat serta memerintahkan Tergugat untuk menghentikan produksi, promosi, peredaran dan/atau penjualan atau menarik kembali dari pasaran seluruh produk pasta giginya yang menggunakan merek "STRONG"untuk mencegah kerugian lebih besar yang diderita Penggugat;

Menimbang, bahwa setelah memerhatikan selama persidangan diperoleh kenyataan faktual, sebagai berikut:

- Bahwa pokok gugatan Penggugat adalah Gugatan Ganti Rugi karena alasan hukum karena Pelanggaran Merek "STRONG", Kelas 3, Daftar Nomor IDM000258478 berdasarkan Pasal 83 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis;
- Bahwa tuntutan provisi yang diajukan Penggugat *a quo* sekalipun prosedural didasarkan pada ketentuan Pasal 83 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, dengan formulasi pengaturan bahwa Penggugat sebagai Pemilik Merek terdaftar "STRONG", Kelas 3, Daftar Nomor IDM000258478"*dapat mengajukan gugatan 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*" adalah dalam pengertian frasa "dapat mengajukan", artinya mengandung kaidah

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berupaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

hukum pilihan dan bukan sebagai kaidah hukum perintah sebagai keharusan, sehinggaimplementasinya dalam praktik peradilan tergantung sifat kasuistis perkara *in-concreto* dan urgensinya apakah sebagai kebutuhan yang mendesak (*top urgent*) untuk dapat dilakukan tindakan provisionil berupa "penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek tersebut";

- Bahwa berdasarkan pengamatan dan penilaian Majelis Hakim di dalam persidangan, bahwa tuntutan provisionil gugatan Penggugat *a quo*terhadap perbuatan Tergugat tersebut telah menyangkut pokok perkara dalam hal lingkup gugatan ganti rugi berdasarkan ketentuan Pasal 83 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis;

Menimbang, bahwa berdasarkan alasan dan pertimbangan hukum *a quo*, maka Majelis Hakim telah cukup alasan dan pertimbangan hukum (*voldoende gemotiveerd*) untuk menolak tuntutan Provisi Penggugat tersebut;

Dalam Eksepsi:

Menimbang, bahwa eksepsi Tergugat adalah sebagaimana tersebut di atas;

Menimbang, bahwa eksepsi Tergugat pada pokoknya dapat disarikan berkenaan dengan tiga hal eksepsi,sebagai berikut:

1. Eksepsi tentang gugatan ganti rugi yang diajukan Penggugat adalah prematur, karena Tergugat sedang mengajukan permintaan pendaftaran merek "PEPSODENT STRONG 12 JAM" kepada Direktorat Merek dan Indikasi Geografis, yang saat ini masih dalam tahap pemeriksaan substantif oleh Pemeriksa Merek pada Direktorat Merek dan Indikasi Geografis;
2. Eksepsi tentang gugatan Penggugat adalah kurang pihak, karena merek "Pepsodent" terdaftar di Direktorat Merek dan Indikasi Geografis atas nama Unilever N.V. dan Tergugat menggunakan di wilayah Negara Indonesia sebagai Pemegang Lisensi dari Unilever N.V.;
3. Eksepsi tentang gugatan Penggugat kabur dan tidak jelas *obscuur libel*, karena gugatan ganti rugi oleh Penggugat tentang merek "STRONG" Nomor Pendaftaran IDM000258478 atas nama Penggugat, dan karena dalil Penggugat tentang seakan-akan unsur kata "STRONG" merupakan satu-satunya unsur yang digunakan pada produk Penggugat;

Menimbang, bahwa terhadap eksepsi Tergugat *a quo*, Majelis Hakim

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berupaya untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

akan menilai lebih lanjut berdasarkan alasan dan pertimbangan hukum, sebagai berikut:

- Bahwa eksepsi Tergugat dalam hal gugatan Penggugat prematur pada butir angka 1 maupun gugatan Penggugat kabur dan tidak jelas (*obscuur libel*)pada butir angka 3 *a quo* dapat diketahui setelah diperiksa pokok perkaranya dan harus dibuktikan berdasarkan alat bukti yang sah di persidangan, maka dua hal eksepsi yang sedemikian tersebut adalah sudah menyangkut pokok perkara;
- Bahwa terhadap eksepsi Tergugat dalam hal gugatan Penggugat kurang pihak *a quo*adalah tidak relevan, karena gugatan Penggugat tidak mempermasalahkan merek "PEPSODENT" tetapi mempermasalahkan kata atau bunyi "STRONG" yang digunakan Tergugat di dalam barang produknya yaitu "PEPSODENT STRONG 12 JAM", karena menurut Penggugat merek "STRONG" di Kelas 3, Daftar Nomor IDM000258478 adalah sebagai Merek terdaftar milik Penggugat, dan Penggugat sebagai pihak yang menggunakan merek terdaftar "STRONG"pertama kali (*first file to system*) tersebut di Republik Indonesia sejak tahun 2008 yang diterakan ke dalam empatvarian produk barang produknya di Kelas 3 jenis barang Pasta Gigi, yaitu "FORMULA STRONG", "FORMULA STRONG PROTECTOR", "FORMULA STRONG PROTECTION" dan "FORMULA STRONG HERBAL"; Demikian pula, karena gugatan Penggugat *a quo* bukan gugatan pembatalan merek maupun bukan gugatan penghapusan merek sebagaimana dimaksud menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis;
- Bahwa gugatan Penggugat (*fundamentum petendi*) didasarkan pada dalil sebagai gugatan ganti rugi terhadap Pelanggaran Merek terdaftar oleh Tergugat yang menggunakan Merek "STRONG", Kelas 3 untuk Pasta Gigi, Daftar Nomor IDM000258478 milik Penggugat sebagai Pemilik Merek terdaftar "STRONG" dengan empat produk variannya tersebutberdasarkan Pasal 83 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, *in casu*terhadap penggunaan merek terdaftar "STRONG" pada produk Tergugat "PEPSODENT STRONG 12 JAM";

Menimbang, bahwa berdasarkan segenap alasan dan pertimbangan hukum sebagaimana tersebut di atas, maka telah cukup alasan dan pertimbangan hukum (*voldoende gemotiveerd*) bagi Majelis Hakim untuk menolak eksepsi Tergugat seluruhnya;

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berusaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

Dalam Pokok Perkara:

Menimbang, bahwa maksud dan tujuan gugatan Penggugatadalah sebagaimana tersebut di atas;

Menimbang, bahwa dalil gugatan Penggugat dibantah Tergugat, maka sesuai beban pembuktian di persidangan, Penggugat dibebani membuktikan dalil gugatannya, dan sebaliknya Tergugat dibebani membuktikan dalil bantahannya tersebut;

Menimbang, bahwa untuk membuktikan dalil gugatannya, Penggugat mengajukan alat bukti Surat atau Tulisan bermeterai cukup bertanda bukti **P-1 sampai dengan P-72**, dan satu orang saksi bernama **Jennifer Fransisca** serta satu orang Ahli bernama **Dr. Henny Marlina, S.H., M.M., M.Li** yang keterangan dan pendapatnya di bawah sumpah/janjiadalah sebagaimana tercantum dalam Berita Acara Persidangan perkara ini;

Menimbang, bahwa untuk membuktikan dalil bantahannya, Tergugat mengajukan alat bukti Surat atau Tulisan bermeterai cukup bertanda bukti **T-1 smpai dengan T-165**, dan satu orang Ahli bernama **Prof. Dr. Henry Sulistyobudi, S.H., M.H.**yang memberikan pendapatnya di bawah sumpah/janji adalah sebagaimana tercantum dalam Berita Acara Persidangan perkara ini;

Menimbang, bahwa tanggapan masing-masing pihak terhadap alat bukti Surat atau Tulisan, keterangan Saksi yang disumpah, dan pendapat Ahli di bawah sumpah yang diajukan oleh Penggugat dan Tergugat adalah sebagaimana ternyata dalam Kesimpulan masing-masing tersebut di atas;

Menimbang, bahwa berdasarkan surat gugatan Penggugat, Jawaban pertama Tergugat, Replik Penggugat dan Duplik Tergugatserta penilaian fakta hasil pembuktian berdasarkan alat bukti yang diajukan pihak-pihak berperkara sebagaimana tersebut di atas, Majelis Hakim mengkonstatasi sebagai **Fakta Hukum konkret**, sebagai berikut:

- Bahwa Penggugat adalah pemilik merek terdaftar "STRONG" Kelas 3 untuk jenis barang Pasta Gigi, Daftar Nomor IDM000258478serta Penggugat sebagai Pendaftar pertama merek terdaftar tersebut (*first to file system*) untuk jenis barang yang sama di Kelas 30 (*vide* Bukti Surat P-4A sampai dengan P-9);
- Bahwa Merek terdaftar "STRONG" Kelas 3 untuk Pasta Gigi, Daftar Nomor IDM000258478milik Penggugat adalah merek terkenal di Negara Republik

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berupaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

Indonesia;

- Bahwa dasar pokok gugatan Penggugat (*fundamentum petendi*) adalah gugatan ganti rugi terhadap Pelanggaran Merek oleh Tergugat yang menggunakan Merek terdaftar "STRONG", Kelas 3 untuk Pasta Gigi, Daftar Nomor IDM000258478 milik Penggugat sebagai Pemilik Merek terdaftar "STRONG" dengan empat produk variannya tersebut berdasarkan Pasal 83 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis;
- Bahwa fokus gugatan Penggugat sebagai Pemilik Merek Terdaftar adalah gugatan ganti rugi terhadap penggunaan merek terdaftar "STRONG" milik Penggugat *a quo*pada produk Tergugat "PEPSODENT STRONG 12 JAM" yang sampai saat ini masih dalam tahap pendaftaran dan pemeriksaan substantif oleh Direktorat Merek dan Indikasi Geografis, Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual, Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia;
- Bahwa dalil pokok Penggugat adalah Pelanggaran Merek oleh Tergugat yang menggunakan Merek terdaftar "STRONG" pada produk barang pasta gigi "PEPSODENT STRONG 12 JAM"yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek terdaftar "STRONG" Kelas 3, Daftar Nomor IDM000258478 milik Penggugat;
- Bahwa Merek terdaftar "STRONG" Kelas 3, Daftar Nomor IDM000258478 adalah sebagai Merek terdaftar milik Penggugat, dan Penggugat sebagai pihak yang menggunakan merek 'STRONG' tersebut pertama kali di Republik Indonesia sejak tahun 2008 yang diterakan ke dalam empatvarian produk barang produknya di Kelas 3 Pasta Gigi yaitu "FORMULA STRONG", "FORMULA STRONG PROTECTOR", 'FORMULA STRONG PROTECTION" dan 'FORMULA STRONG HERBAL";

Menimbang, bahwa dalam pokok perkara ini tidak mempermasalahkan merek untuk jenis barang produk pasta gigi merek terdaftar "FORMULA" sebagai *Brand*milik Penggugat *vis a vis*merek terdaftar "PEPSODENT" sebagai *Brand*milik Tergugat (*vide*: Bukti Tergugat, T-1, dan T-2 sampai dengan T-127)) akan tetapi persoalan hukumnya adalahtentang Merek Terdaftar "STRONG" sebagai *Sub-Brand*milik Penggugat,yaitu merek terdaftar "STRONG" dengan empat varian produk pasta gigi"FORMULA STRONG", "FORMULA STRONG PROTECTOR", 'FORMULA STRONG PROTECTION" dan "FORMULA

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berusaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

STRONG HERBAL", perbuatan mana oleh Tergugat yang menggunakan kata "STRONG" pada produk barang sejenis pasta gigi, yaitu "PEPSODENT STRONG 12 JAM";

Tentang Pemilik Merek Terdaftar dan Pendaftar Pertama Merek Terdaftar (*First to File System*):

Menimbang, bahwa berdasarkan bukti Penggugat bertanda **P-4**sampai dengan **P-9**telah terbukti **Fakta Hukum konkret**, sebagai berikut:

- Bahwa **Blissful Centany International Limited**, berkedudukan di Suite 330, Barkly Wharf, Le Caudan Waterfront, Port Louis, Mauritius adalah **Pemilik Merek STRONG** dengan Tanggal Penerimaan 9 Juli 2008 Nomor Pendaftaran **IDM000258478**Tanggal Pendaftaran Merek (*filing date*) **13 Juli 2010**Jenis Barang Kelas 3, Arti STRONG = merupakan suatu Penamaan, Uraian Barang: "*Pasta gigi, sediaan-sediaan untuk membersihkan gigi palsu, obat gosok gigi, obat kumur bukan untuk keperluan medis, larutan kumur bukan untuk keperluan medis*"sebagaimana ternyata Sertifikat Merek dari Direktur Merek, Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual pada Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia(*vide*: Bukti P-4A), yang kemudian berikut Perpanjangan Jangka Waktu Perlindungan Merek Terdaftar terhadap Merek STRONG Nomor Pendaftaran IDM000258478 Kelas 3 – berdasarkan *Nice Classification* edisi 9, Berlaku selama 10 tahun sampai dengan 9 Juli 2028 atas nama Pemilik Merek HARDWOOD PTE LTD, Penggugat (*vide*: Bukti Penggugat, P-4B);
- Bahwa **Blissful Centany International Limited**berkedudukan di Suite 330, Barkly Wharf, Le Caudan Waterfront, Port Louis, Mauritius adalah **Pemilik Merek FORMULA STRONG** dengan Tanggal Penerimaan 9 Juli 2008 Nomor Pendaftaran **IDM000258479**Tanggal Pendaftaran Merek (*filing date*) **13 Juli 2010**Jenis Barang Kelas 3, Arti FORMULA STRONG = merupakan suatu Penamaan, Uraian Barang: "*Pasta gigi, sediaan-sediaan untuk membersihkan gigi palsu, obat gosok gigi, obat kumur bukan untuk keperluan medis, larutan kumur bukan untuk keperluan medis*" sebagaimana ternyata Sertifikat Merek dari Direktur Merek, Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual pada Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia (*vide*: Bukti P-5A), yang kemudian berikut Perpanjangan Jangka Waktu Perlindungan Merek Terdaftar

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berupaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

terhadap Merek FORMULA STRONG Nomor Pendaftaran IDM000258479 Kelas 3 – berdasarkan *Nice Classification* edisi 9, Berlaku selama 10 tahun sampai dengan 9 Juli 2028 atas nama Pemilik Merek HARDWOOD PTE LTD, Penggugat (*vide*: Bukti Penggugat, P-5B);

- Bahwa telah terjadi peristiwa dan perbuatan hukum Pengalihan Hak Merek yang dicatat pada tanggal 15 Agustus 2016 untuk Pengalihan Hak Merek: STRONG Nomor Pendaftaran IDM000258478 dan FORMULA STRONG Nomor Pendaftaran IDM000258479, serta dicatat pada tanggal 11 Desember 2017 untuk Pengalihan Hak Merek STRONG PROTECTOR Nomor Pendaftaran IDM000447796 dari Bliss Centany International Limited kepada Hardwood PTE LTD (Penggugat) telah dicatat dalam Daftar Umum Merek pada Direktorat Merek dan Indikasi Geografis, Direktorat Hak Kekayaan Intelektual, Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia (*vide*: Bukti Penggugat, P-6, P-7A, dan P-7B);
- Bahwa Penggugat melalui Kuasa Konsultan Kekayaan Intelektual pada tanggal 16 Januari 2020 secara daring (*online filing*) telah mendaftarkan Permohonan Pendaftaran Merek STRONG PROTECTION Nomor Permohonan DID2020002707 (*vide*: Bukti Penggugat, P-8);
- Bahwa pada tanggal 22 Agustus 2016 antara Penggugat Hardwood Private Limited (Hardwood PTE LTD) – *Pihak Pertama*dan PT. ULTRA PRIMA ABADI – *Pihak Kedua*telah menandatangani Perjanjian Produksi dan Distribusi Pasta Gigi (*Production and Distribution Agreement of Tooth Paste*) yang pada pokoknya Penggugat menunjuk PT Ultra Prima Abadi sebagai mitra ekslusif di Indonesia untuk memproduksi, mendistribusikan, mempromosikan dan memperdagangkan produk pasta gigi Merek "STRONG" (Nomor Pendaftaran IDM000258478, Klas 3) dan Merek "FORMULA STRONG"(Nomor Pendaftaran IDM000258479, Kelas 3) untuk penjualan di Indonesia selama jangka waktu 10 (sepuluh) tahun terhitung sejak 22 Agustus 2016 - 22 Agustus 2026 (*vide*: Bukti Penggugat, P-9);
- Bahwa varian produk jenis barang sejenis di Kelas 3 berupa pasta gigi yang beredar dan didistribusikan di pasaran, yaitu kemasan produk pasta gigi "FORMULA STRONG", "FORMULA STRONG PROTECTOR", "STRONG PROTECTION", dan "FORMULA STRONG HERBAL" (*vide*: Bukti Penggugat, P-10. P-11, P-12, dan P-43);
- Bahwa kemasan produk pasta gigi milik Tergugat yaitu "PEPSODENT

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berupaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

STRONG 12 JAM" yang digugat Penggugat karena Tergugat menggunakan merek kata "STRONG" sebagai suatu penamaan, yang mengakibatkan kerugian bagi Penggugat sebagai Pemilik Merek Terdaftar "STRONG"dan sebagai Pendaftar Pertama (*first to file system*) Merek Terdaftar "STRONG" berikut empat varian produk pasta gigi di kelas 3 untuk barang sejenis *a quo*;

Menimbang, bahwa berdasarkan ketentuan Pasal 3 *jo.* Pasal 1 butir angka 5 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis maupun Fakta Hukum tersebut di atas, Majelis Hakim menyimpulkan sebagai pendapat hukum (*summa summarum*) bahwa Penggugat HARDWOOD PRIVATE LIMITED (Hardwood PTE LTD) adalah Pemilik Merek Terdaftar, yaitu Merek STRONG Nomor Pendaftaran IDM000258478, Merek FORMULA STRONG Nomor Pendaftaran IDM000258479, Merek STRONG PROTECTOR Nomor Pendaftaran IDM000447796 untuk jenis barang Kelas 3 berupa Pasta Gigi dan sebagai Pendaftar Pertama Merek Terdaftar (*first to file system*) sejak Tanggal Pendaftaran (*filing date*) 13 Juli 2010dan berikut Perpanjangan Jangka Waktu Perlindungan Merek Terdaftar yang berlaku sampai dengan nanti tanggal 9 Juli 2028 sebagaimana dimaksud ketentuan Pasal 35 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis;

Menimbang, bahwa dengan demikian Penggugat dapat membuktikan dalil gugatannya sebagai Pemilik Merek Terdaftar dan sebagai Pendaftar Pertama Merek-merek Terdaftar, yaitu Merek STRONG Nomor Pendaftaran IDM000258478(Bukti **P-4A** dan **P-4B)**serta empat varian produk jenis barang sejenis berupa pasta gigi merek "FORMULA STRONG"Nomor Pendaftaran IDM000258479 (Bukti **P-5A** dan **P-5B**), "FORMULA STRONG PROTECTOR" Nomor Pendaftaran IDM000447796 (Bukti **P-7A** dan **P-7B**), Pendaftaran Merek "FORMULA STRONG PROTECTION" Nomor Permohonan DID 20200002706, Tanggal Penerimaan 16 Januari 2020(**P-42**) dan Pendaftaran Merek "FORMULA STRONG HERBAL" Nomor Permohonan DID 2019053427, Tanggal Penerimaan 13 September 2019 (Bukti **P-41**); Sedangkan bukti surat atau tulisan dari Tergugat bertanda **T-1**sampai dengan **T-165** tidak dapat melumpuhkan bukti-bukti Penggugat *a quo*;

Tentang Merek Terkenal (*Well-Known Mark*):

Menimbang, bahwa untuk menentukan suatu Merek Terdaftar adalah

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berupaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

sebagai "Merek Terkenal (*well-known mark*), maka yang menjadi dasar pedoman kriteria adalah ketentuan Pasal 18 Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek, yang pada pokoknya menentukan kriteria "Merek Terkenal" yaitu dilakukan dengan memerhatikan pengetahuan umum masyarakat konsumen atau masyarakat pada umumnya yang memiliki hubungan baik pada tingkat produksi, promosi, distribusi maupun penjualan terhadap barang dan/atau jasa yang dilindungi oleh Merek terkenal dimaksud, serta harus mempertimbangkan hal-hal, sebagai berikut:

a. Tingkat pengetahuan atau pengakuan masyarakat terhadap Merek tersebut di bidang usaha yang bersangkutan sebagai Merek terkenal;
b. Volume penjualan barang dan/atau jasa dan keuntungan yang diperoleh dari penggunaan Merek tersebut oleh pemiliknya;
c. Pangsa pasar yang dikuasai oleh Merek tersebut dalam hubungannya dengan peredaran barang dan/atau jasa di masyarakat;
d. Jangkauan daerah penggunaan Merek;
e. Jangka waktu penggunaan Merek;
f. Intensitas dan promosi Merek, termasuk nilai investasi yang dipergunakan untuk promosi tersebut;
g. Permohonan atau pendaftaran Merek di Negara lain;
h. Tingkat keberhasilan penegakkan hukum di bidang Merek, khususnya mengenai pengakuan Merek tersebut sebagai Merek terkenal oleh lembaga yang berwenang;
i. Nilai yang melekat pada Merek yang diperoleh karena reputasi dan jaminan kualitas barang dan/atau jasa yang dilindungi oleh Merek tersebut;

Menimbang, bahwa kriteria global sebagai instrumen internasional untuk menentukan "Merek Terkenal" (*Well-Known Mark*) berikut bentuk perlindungan hukumnya adalah ketentuan Pasal 6 *bisParis Convention for the Protection of Industrial Property Rights* (**Paris Convention, 1967**) sebagaimana telah diratifikasi Indonesia dalam Keputusan Presiden Nomor 15 Tahun 1997 tentang Perubahan Keputusan Presiden Nomor 24 Tahun 1979 tentang Pengesahan *Paris Convention for the Protection of Industrial Property* dan *Convention Establishing the World Intellectual Property Organization*(WIPO), yaitu Konvensi Paris 1967 dan WIPOdalam menentukan suatu merek merupakan merek terkenal, maka Negara harus memperhitungkan pengetahuan tentang merek tersebut maupun pengetahuan yang diperoleh dari promosi merek yang

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berupaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

bersangkutan;

Menimbang, bahwa berdasarkan bukti surat atau tulisan dari Penggugat bertanda P-9dalam hubungannya dengan P-19 sampai dengan P-40 telah terbukti **Fakta Hukum konkret**, yang dapat dikonstatasi, sebagai berikut:

- Bahwa distribusi produk pasta gigi, terdapat laporan penjualan tahunan pasta gigi STRONG milik Penggugat di Indonesia, kerjasama promosi(SKP), kesepakatan promosi, konfirmasi *mailer*, kerjasama reguler, formulir promosi, *agreement instore*, promo produk pasta gigi milik Penggugat, biaya promosi dan bukti pembayaran promosi dan promo produk-produk empat varian pasta gigi milik Penggugat, yaitu "FORMULA STRONG", "FORMULA STRONG PROTECTOR", "STRONG PROTECTION", dan "FORMULA STRONG HERBAL" (*vide*: Bukti Penggugat, P-19 sampai dengan P-40)
- Bahwa volume penjualan kepada konsumen, serta intensitas dan promosi produk-produk pasta gigi milik Penggugat tersebut dilakukan secara periodik dan intens yang didukung dengan dana dan biaya promosi;
- Bahwa pengetahuan umum masyarakat konsumen atau masyarakat pada umumnya menunjukkan hubungan keterkaitan pada tingkat produksi, promosi, distribusi maupun penjualan terhadap pasta gigi merek terdaftar STRONG dan 4 (empat) varian produk barang sejenis tersebut;
- Bahwa keterangan saksi Jennifer Fransiska yang diajukan Penggugat berkenaan dengan omset penjualan produk pasta gigi milik Penggugat yang pada pokoknya Penggugat mengalami penurunan omset karena persaingan usaha dengan produk barang sejenis milik Tergugat yang menggunakan merek kata "STRONG" pada produk 'PEPSODENT 12 JAM" milik Tergugat;
- Bahwa bukti Penggugat bertanda P-44 sampai dengan P-72 tidak memiliki relevansi dengan pokok perkara, dan harus dikesampingkan;

Menimbang, bahwa Penggugat telah dinyatakan terbukti sebagai pemilik merek terdaftar dan sebagai pendaftar pertama (*first to file system*) merek terdaftar STRONG Nomor Pendaftaran IDM000258478 Kelas 3 dan berikut Perpanjangan Jangka Waktu Perlindungan Marek Terdaftar tersebut sampai dengan tanggal 9 Juli 2028 berikut 4 (empat) varian jenis barang sejenis produk pasta gigi,yaitu "FORMULA STRONG", "FORMULA STRONG PROTECTOR", 'FORMULA STRONG PROTECTION" dan "FORMULA STRONG HERBAL";

Menimbang, bahwa berdasarkan ketentuan instrumen hukum

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berupaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

internasional Pasal 16 TRIPs (*Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights Including Trade in Counterfeit Goods*) dan ketentuan domestik Pasal 3 *jo*. Pasal 1 butir angka 5 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, maka Penggugat (**Hardwood Private Limited**) sebagai Pemilik Merek Terdaftar STRONG dan sebagai Pendaftar Pertama (*first to file system*) Merek Terdaftar STRONG Daftar Nomor IDM000258478 Kelas 3 yang menerima Peralihan Hak Merek dari **Blissful Centany International Limited**tersebut, serta berikut 4 (empat) varian jenis barang sejenis produk pasta gigi *a quo*, Penggugat memiliki hak ekslusif untuk mencegah seluruh pihak ketiga yang secara tanpa izin pemilik dari penggunaan suatu merek sebagai tanda perdagangan yang mirip atau identik untuk barang sejenis yang mirip atau identik dengan merek STRONG sebagai merek terdaftar, sehingga penggunaan semacam itu akan dapat menimbulkan kebingungan dalam penggunaan tanda atau kata yang identik untuk barang sejenis;

Menimbang, bahwa Fakta Hukum konkret tersebut di atas dalam kesatuan alasan hukum Majelis Hakim *a quo*membuktikan bahwa Merek Terdaftar "STRONG" Daftar Nomor IDM000258478 di Kelas 3 berikut empat varian produk barang sejenis berupa pasta gigi, yaitu "FORMULA STRONG", "FORMULA STRONG PROTECTOR", 'FORMULA STRONG PROTECTION" dan "FORMULA STRONG HERBAL"telah memenuhi kriteria sebagai Merek Terkenal (*well-known mark*) secara domestik di Negara Republik Indonesia;

Menimbang, bahwa berdasarkan segenap alasan dan pertimbangan hukum *a quo*, Majelis Hakim telah cukup alasan dan pertimbangan (*voldoende gemotiveerd*) untuk mengabulkan petitum gugatan butir angka 2 gugatan Penggugat *in casu*menyatakan merek terdaftar STRONG Daftar Nomor IDM000258478 Kelas 3 milik Penggugat adalah merek terkenal (*well-known mark*);

Tentang "Persamaan pada pokoknya atau Keseluruhannya":

Menimbang, bahwa berdasarkan rangkaian alasan dan pertimbangan hukum pada bagian tentang Pemilik Merek Terdaftar dan Pendaftar Pertama Merek Terdaftar (*first to file system*) dan bagian tentang Merek terkenal (*well-known mark*) tersebut di atas, akhirnya Majelis Hakim menyimpulkan menurut hukum (*summa summarum*) telah terbukti bahwa pasta gigi milik Tergugat yang menggunakan Merek terdaftar "STRONG" dalam produk pasta gigi "PEPSODENT **STRONG** 12 JAM" (*vide*: Bukti **T-128*conform***Bukti **P-13**) dalam

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berupaya untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

bukti Penggugat bertanda P-14 sampai dengan P-18 *vis a vis* bukti Tergugat bertanda T-1 sampai dengan T-129, dan bersesuaian dengan (*conform*) bukti Tergugat bertanda T-130 sampai dengan T-132adalah serupa dan memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek terdaftar "STRONG", Daftar Nomor IDM000258478 Kelas 3 milik Penggugata *quo*;

Menimbang, bahwa selanjutnya makna "FORMULA STRONG" Nomor Pendaftaran IDM000258479 Kelas 3 untuk jenis barang sejenis / yang sama berupa produk pasta gigi tersebut menurut hemat Majelis Hakim dapat dieksplanasi yuridis,bahwa makna "**FORMULA**" sebagai merek terdaftar untuk barang produk pasta gigi adalah **merek inti** sebagai ***house mark***, sedangkan makna "**STRONG**" merek terdaftar adalah sebagai ***pet mark*** milik Penggugat, yang apabila merek terdaftar "STRONG" tersebut digunakan oleh Tergugat untuk produk barang yang sejenis pasta gigi di Kelas 3 *in casu*"PEPSODENT STRONG 12 JAM" yang dapat diurai menjadi merek terdaftar "PEPSODENT" sebagai *house mark* dan rangkaian kata-kata "STRONG 12 JAM" sebagai *pet mark*berkemungkinan dapat menimbulkan kebingungan atau kesalahpahaman konsumen terhadap barang produk sejenis pasta gigi merek terdaftar STRONG Daftar Nomor IDM000258478 Kelas 3milik Penggugat;

Menimbang, bahwa Majelis Hakim juga dapat menyetujui pendapat Ahli bahwa diharapkan melalui putusan perkara ini sebagai *judiciary examination* dapat dicegah kemungkinan akan diperdagangkan barang sejenis oleh pihak lain termasuk Tergugat sebagai pemohon pendaftaran merek kata yang sama, yang saat ini Tergugat sedang mendaftarkan merek "STRONG" dan masih dalam tahap pemeriksaan substantif oleh Direktorat Merek dan Indikasi Geografis pada Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual, Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia (*vide*dan *bandingkan*Pendapat Ahli Prof. Dr. Henry Sulistyobudi, S.H., M.H., diajukan Tergugat; *dan* Pendapat Ahli Dr.Henny Marlina, S.H., M.M., M.Li, diajukan Penggugat);

Menimbang, bahwa Merek Terdaftar "STRONG" Daftar Nomor IDM000258478 Kelas 3adalah terbukti milik Penggugat, dan Penggugat terbukti sebagai Pemilik Merek Terdaftar "STRONG" tersebut berikut empat produk variannya, yaitu "FORMULA STRONG", "FORMULA STRONG PROTECTOR", 'FORMULA STRONG PROTECTION" dan "FORMULA STRONG HERBAL", maka Penggugat telah mampu membuktikan bahwa merek kata atau bunyi

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berupaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

"STRONG" sebagai Merek Terdaftar milik Penggugat yang mampu menegakkan daya pembeda (*distinctive power*) yang jelas dan kuat, sehingga secara kasuistis dalam perkara ini harus ditegakkan asas praduga sama (*presumption of similarity*) dan praduga membingungkan (*presumption of confusion*) untuk melindungi konsumen berdasarkan instrumen hukum internasional ketentuan Pasal 6 *bis* TRIP's terhadap produk barang "PEPSODENT STRONG 12 JAM" jenis pasta gigi milik Tergugat tersebut adalah terdapat persamaan pada pokoknya dan mirip sekali (*nearly resemble*) serta sudah terwujud kesamaan dalam bentuk tanda atau bunyi yang sama untuk jenis barang yang sama (*identical sign or sound for identical good*) dengan produk barang sejenis pasta gigi dengan merek terdaftar "STRONG" Kelas 3Daftar Nomor IDM000258478 milik Penggugat dan empat merek variannya*a quo*;

Menimbang, bahwa demikian pula terhadap penggunaan rangkaian huruf atau bunyi nama "STRONG" tersebut oleh Tergugat yang diterakan pada produk barang sejenis pasta gigi "PEPSODENT STRONG 12 JAM" berkemungkinan akan menimbulkan kebingungan dalam arti luas atau dapat menimbulkan salah paham konsumen, sehingga perlu dicegah adanya perbuatan Tergugat yang mendompleng (*free ride*) atau membuat kabur (*dilution*) merek "STRONG" milik Penggugat, serta guna melindungi fungsi merek sebagai pembeda dengan pihak lain, dan bagi Penggugat untuk melindungi kepercayaan bisnis pada pengguna merek terdaftar "STRONG" dalam empat varian produk pasta giginya yaitu "FORMULA STRONG", "FORMULA STRONG PROTECTOR", 'FORMULA STRONG PROTECTION" dan 'FORMULA STRONG HERBAL", serta guna kepentingan konsumen loyal Penggugat;

Menimbang, bahwa secara kasuistis dalam pokok perkara ini, Majelis Hakim menegaskan (*expressis verbis*) alasan dan pertimbangan hukum (*ratio decidendi*) sebagai kaidah hukum, di bawah ini:

1. Bahwa Penggugat (**Hardwood Private Limited**) berkedudukan di 80 Robinson road #17-02 Singapore 68898 terbukti menurut hukum sebagai Pemilik Merek Terdaftar **STRONG** dan sebagai Pendaftar Pertama (*first to file system*) Merek Terdaftar STRONG Nomor Pendaftaran IDM000258478 di Kelas 3 yang menerima Peralihan Hak Merek dari **Blissful Centany International Limited**berkedudukan di Suite 330, Barkly Wharf, Le Caudan Waterfront, Port Louis, Mauritius;

2. Bahwa Merek Terdaftar STRONG Daftar Nomor IDM000258478 Kelas 3

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berusaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

milik Penggugat tersebutmerupakan *pet mark* yang digantungkan pada merek terdaftar FORMULA sebagai *house mark*yang memiliki 4 (empat) varian produk barang sejenis pasta gigi yaitu "FORMULA STRONG" Daftar Nomor IDM000258479 Kelas 3 (Bukti **P-5A** dan **P-5B**), "FORMULA STRONG PROTECTOR"Daftar Nomor IDM000447796 Kelas 3 (Bukti **P-7A** dan **P-7B**), Pendaftaran Merek "FORMULA STRONG PROTECTION" Nomor Permohonan DID 20200002706, Tanggal Penerimaan 16 Januari 2020 (**P-42**), dan Pendaftaran Merek "FORMULA STRONG HERBAL" Nomor Permohonan DID 2019053427, Tanggal Penerimaan 13 September 2019 (Bukti **P-41**);

3. Bahwa karena Penggugat (Hardwood Private Limited) sebagai Pemilik Merek Terdaftar STRONG Daftar Nomor IDM000258478 di Kelas 3 berdasarkan *Nice Classification* edisi 9, dan Penggugat sebagai Pendaftar Pertama (*first to file system*) Merek Terdaftar STRONG tersebut sejak 13 Juli 2010 (*filing date*), maka Penggugat memiliki hak ekslusif untuk mencegah seluruh pihak ketiga yang secara tanpa izin pemilik dari penggunaan tanda perdagangan yang mirip atau identik untuk barang yang mirip atau identik yang terkait dengan merek kata STRONG sebagai merek terdaftar, di mana penggunaan semacam itu akan dapat menimbulkan kebingungan dalam penggunaan tanda atau kata yang identik untuk barang yang sejenis;

4. Bahwa Merek Terdaftar "STRONG" dengan empat varian produknya tersebut, Penggugat telah mampu membuktikan menurut hukum bahwa merek kata atau bunyi "STRONG" adalah sebagai Merek Terdaftar milik Penggugat yang mampu menegakkan daya pembeda (*distinctive power*) yang jelas dan kuat, sehingga secara kasuistis dalam perkara ini harus ditegakkan asas praduga sama (*presumption of similarity*) dan praduga membingungkan (*presumption of confusion*)bagi konsumen berdasarkan instrumen hukum internasional menurut ketentuan Pasal 6 *bis* TRIP's, dan terhadap produk barang "PEPSODENT STRONG 12 JAM" jenis pasta gigi milik Tergugat tersebut terdapat persamaan pada pokoknya dan mirip sekali (*nearly resemble*) serta sudah terwujud kesamaan dalam bentuk tanda atau bunyi yang sama untuk jenis barang yang sama (*identical sign or sound for identical good*) dengan produk barang sejenis (pasta gigi) dengan merek terdaftar "STRONG" Kelas 3 untuk produk barang Pasta Gigi, Daftar Nomor IDM000258478 milik Penggugatberikut empat varian

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berusaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

jenis pasta gigi, yaitu "FORMULA STRONG", "FORMULA STRONG PROTECTOR", 'FORMULA STRONG PROTECTION" dan 'FORMULA STRONG HERBAL";

Menimbang, bahwa berdasarkan segenap alasan dan pertimbangan hukum *a quo*, maka Majelis Hakim telah cukup alasan dan pertimbangan (*voldoende gemotiveerd*) untuk mengabulkan petitum gugatan butir angka 3 gugatan Penggugat *in casu* menyatakan pasta gigi Tergugat yang menggunakan merek "STRONG"serupa dan memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek "STRONG" Daftar Nomor IDM000258478 Kelas 3 milik Penggugat;

Tentang "Ganti Rugi dan Pelanggaran Penggunaan Merek Terdaftar":

Menimbang, bahwa makna "penggunaan suatu merek" oleh Tergugatdalam hal penggunaan merek STRONG pada produknya "PEPSODENT STRONG 12 JAM" *a quo* meliputi rangkaian perbuatan Tergugat yang memproduksi, mengedarkan, mempromosikan, memasarkan atau menjual produk barang sejenis (pasta gigi, Kelas 3) merek terdaftar STRONG Daftar Nomor IDM000258478milik Penggugat kepada konsumen;

Menimbang, bahwa karena penggunaan merek terdaftar STRONG dalam produk pasta gigi "PEPSODENT STRONG 12 JAM"oleh Tergugat *a quo*telah terbukti dan dinyatakan serupa dan memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek terdaftar "STRONG Daftar Nomor IDM000258478 Kelas 3 milik Penggugat, serta penggunaan merek terdaftar STRONG dalam produk pasta gigi "PEPSODENT STRONG 12 JAM" oleh Tergugat tersebut yang dilakukan secara tanpa hak dan tanpa izin dari Penggugat sebagai pemilik merek terdaftar STRONG tersebut, sehingga Penggugat mengajukan gugatan ganti rugi berdasarkan ketentuan Pasal 83 ayat (1) Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografisterhadap Tergugat;

Menimbang, bahwa secara kasuistis perkara ini sebagaimana telah dipertimbangkan di atas, dan berdasarkan bukti Penggugat bertanda P-9 dan P-19 sampai dengan P-40 dan bersesuain dengan keterangan saksi Jennifer Fransiska yang disumpah di persidangan, maka menurut hukum telah terbukti

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berupaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

bahwaTergugat sejak tahun 2019secara tanpa hak dan tanpa izin Penggugat telah menggunakan merek kata "STRONG" pada produk pasta gigi 'PEPSODENT STRONG 12 JAM" yang serupa dan memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek terdaftar "STRONG" Daftar Nomor IDM000258478 Kelas 3 milik Penggugat;

Menimbang, bahwa berdasarkan alasan dan pertimbangan hukum *a quo*, maka Majelis Hakim telah cukup alasan dan pertimbangan (*voldoende gemotiveerd*) untuk mengabulkan petitum gugatan butir angka 4 gugatan Penggugat *in casu* menyatakanTergugat sejak tahun 2019 sampai dengan sekarang telah melanggar Merek "STRONG", Daftar Nomor IDM000258478, Kelas 3 milik Penggugat;

Menimbang, bahwa petitum Penggugat butir angka 5 tentang besaran jumlah ganti kerugian adalah sejumlah Rp108.040.382.324,00 (seratus delapan miliar empat puluh juta tiga ratus delapan puluh dua tiga ratus dua puluh empat rupiah) yang meliputi kerugian materiil dan kerugian immateriil sebagaimana tersebut di atas;

Menimbang, bahwa karena gugatan Penggugat dikabulkan, dan gugatan Penggugat didasarkan pada ketentuan Pasal 83 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, maka Majelis Hakim dalam menentukan besaran jumlah ganti kerugian secara kasuistis dalam perkara ini didasarkan pada asas menurut keadilan yang baik (*in goede justitie*)serta menurut kelayakan atau kepatutan dan kewajaran (*naar redelijkheid en billijkheid*);

Menimbang, bahwa tentang petitum gugatan Penggugat dalm hal besaran jumlah ganti rugi, maka Majelis Hakim perlu memerhatikan posisi atau kedudukan ekonomi Tergugat sebagai produsen barang produk sejenis dengan segala reputasi bisnis, proyeksi omset setiap bulannya dalam tahun berjalan dan jaringan bisnisnya yang luas;

Menimbang, bahwa demikian pula memerhatikan Bukti Surat Penggugat bertanda P-9, P-19 sampai dengan P-40 dan keterangan saksi Jennifer Fransisca, maka berdasarkan kelayakan dan kewajaranmenurut keadilan yang baik (*naar redelijkheid en billijkheid*, *ingoede justitie*) berdasarkan peradilan baik (*ex aequo et bono*), maka Tergugat dihukum membayar ganti rugisejumlah

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berupaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

Rp30.000.000.000,00 (tiga puluh miliar rupiah) kepada Penggugat;

Menimbang, bahwa karena gugatan Penggugatdikabulkan seluruhnya, maka Tergugat dihukum membayar biaya perkara;

Memerhatikan ketentuan Pasal 83 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, dan Peraturan Perundang-undangan lain yang bersangkutan;

MENGADILI:

Dalam Provisi:

Menolak gugatan provisi Penggugat;

Dalam Eksepsi:

Menolak eksepsi Tergugat seluruhnya;

Dalam Pokok Perkara:

1. Mengabulkan gugatan Penggugat seluruhnya;
2. Menyatakan Merek "STRONG" Daftar Nomor IDM000258478, Kelas 3 milik Penggugat adalah merek terkenal di Negara Republik Indonesia;
3. Menyatakan pasta gigi Tergugat yang menggunakan Merek "STRONG" adalah serupa dan memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek "STRONG",Daftar Nomor IDM000258478, Kelas 3 milik Penggugat;
4. Menyatakan Tergugat sejak tahun 2019 sampai dengan sekarang telah melanggar Merek "STRONG", Daftar Nomor IDM000258478, Kelas 3 milik Penggugat;
5. Menghukum Tergugat untuk membayar ganti rugi kepada Penggugat sejumlah Rp30.000.000.000,00 (tiga puluh miliar rupiah);
6. Menghukum Tergugat untuk membayar biaya perkara sejumlah Rp1.401.000,00 (satu juta empat ratus satu ribu rupiah);

Demikian diputuskan dalam sidang permusyawaratan Majelis Hakim Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat pada hari Kamis, tanggal 5 November 2020 oleh kami,**Albertus Usada, S.H., M.H.** selaku Hakim Ketua, **Dulhusin, S.H., M.H.** dan **Agung Suhendro, S.H., M.H.**masing-masing sebagai Hakim Anggotaberdasarkan Surat Penetapan Ketua Pengadilan Negeri Jakarta Pusat Nomor 32/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst tanggal 9 Juni

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berupaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

2020, putusan tersebut diucapkan pada hari **Rabu, tanggal 18 November 2020**dalam persidangan terbuka untuk umum oleh Hakim Ketua dengan dihadiri oleh para Hakim Anggota tersebut, **Andre, S.H.** Panitera Pengganti, serta Kuasa Hukum Penggugat dan Kuasa Hukum Tergugat.

Hakim-Hakim Anggota:	Hakim Ketua,
Dulhusin, S.H., M.H.	**Albertus Usada, S.H., M.H.**
Agung Suhendro, S.H., M.H.	

Panitera Pengganti,

Andre, S.H.

Perincian Biaya:

1.	PNBP	Rp40.000,00
2.	Biaya Proses	Rp75.000,00
3.	Panggilan	Rp1.250.000,00
4.	PNBP Panggilan	Rp20.000,00
5.	Meterai	Rp6.000,00
6.	Redaksi	Rp10.000,00
		========== (+)
	Jumlah	Rp1.401.000,00

Terbilang: *Satu juta empat ratus satu ribu rupiah*)

Disclaimer
Kepaniteraan Mahkamah Agung Republik Indonesia berusaha untuk selalu mencantumkan informasi paling kini dan akurat sebagai bentuk komitmen Mahkamah Agung untuk pelayanan publik, transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan fungsi peradilan. Namun dalam hal-hal tertentu masih dimungkinkan terjadi permasalahan teknis terkait dengan akurasi dan keterkinian informasi yang kami sajikan, hal mana akan terus kami perbaiki dari waktu kewaktu.
Dalam hal Anda menemukan inakurasi informasi yang termuat pada situs ini atau informasi yang seharusnya ada, namun belum tersedia, maka harap segera hubungi Kepaniteraan Mahkamah Agung RI melalui :
Email : kepaniteraan@mahkamahagung.go.id Telp : 021-384 3348 (ext.318)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



A. Data Pribadi

1. Nama Lengkap : Muhammad Arif Rizaldi
2. NIM : 17220167
3. Tempat Lahir : Semarang
4. Tanggal Lahir : 24 Desember 1998
5. Alamat Rumah : Dsn. Brenet, RT. 002 RW. 003 Desa Watukenongo, Kecamatan Pungging, Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur, 61384.
6. No. Handphone : 0822-644-33991
7. E-mail : muharifrizaldi@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan Formal

1. 2003 – 2004 : BA. Al-Jannah Ruhul Islam
2. 2004 – 2005 : Taman Kanak-Kanak Esa Bhakti
3. 2005 – 2011 : Sekolah Dasar Negeri (SDN) Watukenongo I
4. 2011 – 2014 : Madrasah Tsanawiyah (MTs) Pesantren Al-Amin
5. 2014 – 2017 : Madrasah Aliyah (MA) Pesantren Al-Amin
6. 2017 – 2021 : S-1 Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Mu'amalah) Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang

C. Riwayat Pendidikan Non-Formal

1. 2005 – 2010 : Taman Pendidikan Al-Qur'an (TPQ) Miftahul Ulum