

ABSTRAK

Merek merupakan suatu identitas pembeda dari barang atau jasa. Sebagai identitas pembeda, merek disyaratkan tidak memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek lain. *Article 16 paragraph 1 TRIPs Agreement* menyebutkan suatu merek terdaftar dilindungi dari penggunaan merek lain yang memiliki persamaan pada pokoknya, dengan syarat dapat dipastikan bahwa persamaan pada pokoknya tersebut menimbulkan *a likelihood of confusion* (kebingungan dalam masyarakat). Konsep *a likelihood of confusion* belum diatur dalam pengaturan merek di Indonesia, yang sejatinya dapat menimbulkan kerugian bagi pemilik merek yang dibatalkan apabila merek tersebut tidak membingungkan. Untuk itu, penulis meneliti sengketa pembatalan merek antara DOLPIN vs. DELFINO guna melihat bagaimana penerapan konsep tersebut.

Penulisan hukum ini bertujuan mengetahui hubungan persamaan pada pokoknya dengan konsep *a likelihood of confusion* dan penerapannya dalam Putusan Mahkamah Agung Republik Indonesia Nomor 273 K/Pdt.Sus-HKI/2016, serta meneliti pentingnya pertimbangan konsep *a likelihood of confusion* dalam pembatalan suatu merek.

Metode pendekatan yang digunakan adalah yuridis normatif dengan spesifikasi penelitian deskriptif analitis, berdasarkan data sekunder yang diperoleh melalui studi kepustakaan.

Hasil penelitian dalam penulisan hukum ini menggambarkan bahwa persamaan pada pokoknya ada yang menimbulkan kebingungan dan ada yang tidak. Seperti yang dimuat dalam *TRIPs Agreement*, adanya *a likelihood of confusion* perlu dibuktikan melalui *survey evidence* ataupun *direct evidence*. Dalam sengketa pembatalan merek antara DOLPIN vs. DELFINO tidak ada pembuktian mengenai konsep *a likelihood of confusion*, sehingga meskipun keduanya memiliki persamaan pada pokoknya, namun belum tentu menimbulkan kebingungan. Indonesia yang telah meratifikasi ketentuan *TRIPs Agreement* diharapkan memperhatikan konsep ini dengan cara merumuskannya dalam undang-undang ataupun menyatukan pemahaman para penegak hukum, agar tercapai asas keadilan dalam perlindungan merek di Indonesia.

Kata kunci: ***A likelihood of confusion*, Pembatalan Merek, Persamaan pada pokoknya**