

ABSTRAK

Merek terkenal memperoleh perlindungan hukum terhadap pendaftaran dan penggunaan merek lain yang memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek tersebut guna mencegah kebingungan konsumen. Namun, hukum Indonesia belum mengatur parameter normatif yang jelas mengenai penentuan unsur dominan dalam menentukan persamaan pada pokoknya. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaturan penentuan persamaan antara merek dengan merek terkenal di Indonesia dan Amerika Serikat serta penerapannya dalam Putusan Nomor 124/Pdt.Sus-HKI/Merek/2024/PN Niaga Jkt.Pst. Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan, konseptual, perbandingan, dan kasus. Data sekunder dikumpulkan melalui studi kepustakaan dan dianalisis secara kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Indonesia menggunakan konsep persamaan pada pokoknya yang bertumpu pada unsur dominan, sedangkan Amerika Serikat menggunakan konsep *likelihood of confusion* dengan parameter yang relatif lebih jelas dalam menentukan keadaan-keadaan yang dapat menyebabkan suatu unsur memperoleh bobot lebih besar dalam membentuk *commercial impression*. Penerapan dalam putusan telah sesuai dengan hukum Indonesia, tetapi ketiadaan parameter normatif berpotensi memengaruhi konsistensi putusan dan kepastian hukum. Oleh karena itu, diperlukan pengaturan lebih jelas mengenai penentuan unsur dominan.

Kata Kunci: merek terkenal, persamaan pada pokoknya, unsur dominan, pembatalan merek, *likelihood of confusion*.