

ABSTRAK

Merek memiliki peran penting sebagai suatu tanda pengenal atau pembeda bagi suatu produk barang atau jasa serta pemberi jaminan kualitas suatu produk barang atau jasa terhadap konsumen. Oleh karena itu, dibentuklah perundang-undangan yang mengatur mengenai Merek di Indonesia melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016. Dalam undang-undang tersebut diatur bahwa salah satu alasan pendaftaran suatu merek akan ditolak adalah adanya persamaan pada pokoknya atau secara keseluruhannya dengan merek lain sebagaimana yang tercantum dalam Pasal 21 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016. Larangan adanya persamaan pada pokoknya dibentuk agar tidak menimbulkan kebingungan bagi konsumen dalam memilih produk barang atau jasa. Sebagaimana yang terjadi dalam sengketa Merek PAYFAZZ AGEN KEUANGAN NUSANTARA, dimana Kemenkumham menolak pendaftaran mereknya karena dinilai memiliki persamaan pada pokoknya dengan Merek FASSPAY. Namun dalam putusan No.25/Pdt.Sus-Merek/2020 PN.Niaga.Jkt.Pst, hakim menilai bahwa merek PAYFAZZ AGEN KEUANGAN NUSANTARA tidak memiliki persamaan pada pokoknya dengan Merek FASSPAY.

Penelitian dilakukan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan doktrinal atau yuridis normatif dengan metode analisis data berupa deskriptif analitis. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder. Metode pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan (*library research*). Metode analisis data yang dilakukan oleh penulisan menggunakan metode kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan Pasal 21 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 untuk menentukan adanya unsur persamaan pada pokoknya terhadap merek terdaftar atau dimohonkan milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis sebagaimana yang tercantum dalam penjelasan pasal tersebut, harus dilihat berdasarkan unsur yang dominan dari sebuah merek yang dapat menimbulkan kesan persamaan bentuk, penulisan, kombinasi unsur, maupun bunyi ucapan. Sehingga untuk menentukan persamaan pada pokoknya bukan dilihat secara keseluruhan merek. Dalam sengketa Merek PAYFAZZ AGEN KEUANGAN NUSANTARA, pertimbangan dan putusan yang diberikan oleh hakim tidak selaras dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 yang ditinjau berdasarkan peninjauan terhadap kemiripan antara kedua merek secara visual dan bunyi serta keduanya tergolong kedalam barang sejenis sehingga dapat menimbulkan kebingungan bagi konsumen.

Kata Kunci: Hak Kekayaan Intelektual, Merek, Sengketa Merek, Persamaan Pada Pokoknya