

**Analisis Kedudukan *Market Survey* Dalam Sengketa Penghapusan Merek
Dikaitkan Dengan Asas Keadilan (Studi *Putusan Mahkamah
Agung Nomor 264 K/Pdt.Sus-Hki/2015*)**

Oleh: Dandi Septian¹, Hariyanto²

INTISARI

Penelitian bertujuan untuk menganalisa dan memahami mengenai kedudukan *market survey* dalam sengketa penghapusan merek yang disebabkan oleh merek *non use* berdasarkan hukum positif yang mengatur mengenai merek. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengkritisi dan menganalisa sejauh mana *Putusan Mahkamah Agung 264 K/Pdt.sus-HKI/2015* mempertimbangkan penggunaan *market survey* sebagai alat bukti untuk membuktikan keadaan *non use* merek IKEA dalam sengketa penghapusan merek dikaitkan dengan asas keadilan.

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif. Data yang digunakan adalah ada sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer, sekunder dan tersier. Analisis data yang diperoleh dari penelitian kepustakaan dilakukan dengan cara kualitatif. Data yang diperoleh dikelompokkan secara sistematis, kemudian dihubungkan dengan rumusan permasalahan yang ada berdasarkan nilai ketepatannya guna mendapatkan gambaran yang jelas dalam pembahasan. Setelah itu data yang telah diolah disajikan secara deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa status merek terkenal yang melekat pada suatu merek tidak memberikan keistimewaan dalam hal terdapat gugatan penghapusan merek. Apabila terdapat *survey* yang membuktikan merek tersebut *non-used* maka merek terkenal dapat dihapus. Laporan *market survey* merupakan bukti surat yang memiliki kekuatan pembuktian bebas sehingga membutuhkan *corroborating evidence* berupa alat bukti surat, bukti saksi atau bukti pengakuan. Terhadap hal tersebut majelis hakim perlu menerapkan asas *audi et alteram partem* yang merupakan perwujudan asas keadilan. Laporan *market survey* digunakan sebagai acuan bagi majelis hakim dalam *Putusan Mahkamah Agung 264 K/Pdt.sus-HKI/2015* dan *Putusan Pengadilan Niaga Nomor 99/Pdt.Sus-Merek /2013/PN.Niaga.Jkt.Pst* dalam menyatakan keadaan *non use* merek IKEA milik Ikea BV. Jika dikaji berdasarkan asas *audi et alteram partem* yang terkandung dalam teori keadilan *fairness*, penggunaan laporan *market survey* sebagai dasar memutus gugatan penghapusan merek IKEA milik Ikea BV telah memenuhi keadilan karena penggunaan laporan *market survey* sudah sesuai dengan prosedur/ peraturan perundang-undangan yang berlaku. Namun demikian jika dikaji berdasarkan teori keadilan Pancasila, penggunaan laporan *market survey* sebagai dasar pertimbangan menyatakan keadaan *non-use* merek Ikea milik Ikea BV tidak menerapkan nilai adil berarti harus seimbang dan wajar dan nilai adil berarti harus aspiratif.

Kata Kunci : *Market survey, Alat bukti, Keadilan, Sengketa, Penghapusan Merek*

¹ Mahasiswa Magister Hukum Bisnis, Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada.

² Dosen Departemen Hukum Dagang, Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada.

***Analysis of Market Survey in Cancellation of Well Known Trademark
Registration Dispute Based on Principle of Justice (Study of Supreme Court
Verdict Number 264 K / Pdt.Sus-Hki / 2015)***

By: Dandi Septian³, Hariyanto⁴

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze and understand about market survey in the dispute over cancellation of trademark registration caused by non-use trademark based on positive law in Indonesia. This study also aims to criticize and analyze the extent of the Supreme Court Verdict number 264 K / Pdt.sus-HKI / 2015 considering the use of market surveys as evidence to prove the non-use of the IKEA brand in the dispute over cancellation of trademark based on the principle of justice.

This research is a normative legal research. The data used is secondary which consists of primary, secondary and tertiary legal materials. Analysis of data obtained from library research is carried out in a qualitative way. The data obtained are grouped systematically, then connected with the formulation of existing problems based on the value of accuracy in order to get a clear purpose of this research. After that the data is presented descriptively.

Result of the research show that the market survey report is written evidence that has the power of free evidence so that it requires corroborating evidences or other evidence in the form of written evidence, witness evidence or proof of recognition. The market survey report as a written evidence in the form of ordinary letters has the value of a free verification force in which the panel of judges can determine whether the written evidence can prove the plaintiff's argument. Regarding this matter the panel of judges needs to apply the principle of justice. The survey market report is used as in the Supreme Court Verdict No. 264 K / Pdt.sus-HKI / 2015 and the Commercial Court Decision Number 99 / Pdt.Sus-Merek /2013/PN.Niaga.Jkt.Pst in stating the non-use condition Ikea BV's IKEA brand. If examined based on the theory of fairness justice, the use of market survey reports as the basis for breaking the lawsuit for the elimination of Ikea BV's IKEA brand has fulfilled justice because the use of market survey reports is in accordance with the applicable procedures.. However, if examined based on the Pancasila justice theory, the use of market survey reports as a basis for considering the non-use state of Ikea BV's Ikea brand does not apply fair value means it must be balanced and reasonable and fair value means to be aspirational.

Keywords : Market Survey, Evidence, Justice, Dispute, cancellation of trademark

³ Student at Magister Business Law, Faculty of Law Universitas Gadjah Mada

⁴ Lecturer of Business Law at Faculty of Law Universitas Gadjah Mada.