



**ACTA DIURNAL Jurnal Ilmu Hukum Kenotariatan
Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran**

PISSN: 2614-3542 EISSN: 2614-3550

Volume 7, Nomor 2, Juni 2024

Artikel diterbitkan 30 Juni 2024, DOI: <https://doi.org/10.23920/acta.v7i2.1678>

Halaman Publikasi: <http://jurnal.fh.unpad.ac.id/index.php/acta/issue/archive>

**PEMBUKTIAN SENKETA MEREK DI PENGADILAN: PERAN PENTING AKTA PENDIRIAN DAN
AKTA PERUBAHAN ANGGARAN DASAR PERSEROAN**

Fathin Fidia Notarisya, Program Studi Magister Kenotariatan Universitas Indonesia, Depok,
email: fathin.fidia@ui.ac.id

Sri Widyawati, Program Studi Magister Kenotariatan Universitas Indonesia, Depok,
email: mknui.widya@gmail.com

ABSTRAK

Perseroan terbatas adalah badan hukum yang merupakan persekutuan modal, didirikan berdasarkan perjanjian, melakukan kegiatan usaha dengan modal dasar yang seluruhnya terbagi dalam saham. Perseroan Terbatas diwajibkan memakai nama yang unik untuk membedakannya dari perseroan lain. Tidak jarang suatu perseroan menggunakan nama yang sama untuk perseroan dan mereknya demi mendukung barang atau jasa dari perseroan. Apabila diperlukan, perseroan dapat kemudian melakukan *rebranding* setelah mendapat persetujuan dari Rapat Umum Pemegang Saham yang kemudian harus dituangkan dalam Akta Perubahan Anggaran Dasar yang dibuat oleh Notaris. Namun masalah timbul ketika terjadi sengketa hak atas merek dan dibutuhkan pembuktian mengenai kepemilikan nama tersebut. Tujuan penelitian ini untuk menganalisa pembuktian perubahan nama perseroan terbatas dalam sengketa hak merek dengan menggunakan akta notaris. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah yuridis normatif. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa merek dapat merupakan atau menyerupai nama perseroan dengan syarat memenuhi ketentuan dalam Pasal 21 ayat (2) Undang-Undang Merek, lalu, Akta Pendirian dan Akta Perubahan yang dibuat Notaris dapat disertakan menjadi alat bukti pada sengketa hak atas merek dengan memenuhi ketentuan pada Undang-Undang Jabatan Notaris dan Undang-Undang Merek.

Kata kunci: akta pendirian; merek; perseroan terbatas.

ABSTRACT

A limited liability company is a legal entity which is a capital partnership, established based on an agreement, carrying out business activities with authorized capital which is entirely divided into shares. Limited Liability Companies are required to use a unique name to differentiate them from other companies. It is not uncommon for a company to use the same name for its company and to support the company's goods or services. If necessary, the company can then carry out rebranding after obtaining approval from the General Meeting of Shareholders which must then be stated in the Deed of Amendment to the Articles of Association made by a Notary. However, problems arise when there is a dispute over trademark rights and proof of ownership of the name is required. The aim of this research is to analyze the proof of changing the name of a limited liability company in a trademark rights dispute using a notarial deed. The research method used in this research is qualitative juridical method. Based on the research results, it can be concluded that a brand can be or resemble a company name on condition that it meets the provisions in Article 21 paragraph (2) of the Trademark Law, and then, the Deed of Establishment and Deed of Amendments made by a Notary can be included as evidence in trademark rights disputes by complying with the provisions of the Notary Position Law and the Trademark Law.

Keywords: deed of establishment; limited liability company; rebranding.

PENDAHULUAN

Penamaan merupakan proses pemberian tanda pengenal untuk mendeskripsikan suatu objek yang mengidentifikasinya dari objek yang lain. Plato dalam buku dialognya *Cratylus* berpendapat bahwa nama secara alamiah terikat dengan objeknya, berupa deskripsi untuk menunjuk objek tersebut sehingga sebuah nama yang tidak dapat mendeskripsikan objek tersebut, adalah bukan sebuah nama.¹ Guru dari Plato yaitu Socrates mendeskripsikan penamaan sebagai karya yang setara dengan menenun, dengan nama berperan sebagai alat. Jika menenun menggunakan alat tenun untuk menjalin benang satu sama lain, penamaan menggunakan nama sebagai alat untuk memberikan instruksi, membedakan sesuatu sesuai sifatnya.²

Kata demi kata disusun untuk membentuk suatu bahasa yang unik dengan pengucapan dan artian yang istimewa untuk setiap objeknya. Dalam menamai suatu Perseroan Terbatas (selanjutnya disebut "Perseroan"), penamaan harus dilakukan dengan banyak pertimbangan dan kehati-hatian untuk menghasilkan nama yang unik, mudah dikenali masyarakat, dan dapat dicatatkan tanpa sanggahan. Nama perseroan pada intinya merupakan sebuah entitas dengan "PT" "Inc." maupun "Co., Ltd" sebagai tanda pengenal yang mendeskripsikan objeknya tersebut. Selain berperan sebagai tanda pengenal, nama perseroan juga berperan sebagai pondasi dari *Corporate Branding* yaitu strategi marketing untuk membangun reputasi perusahaan. Menurut Balmer, bahasa latin "*Vultus est index animi*" yang artinya "Ekspresi pada wajah seseorang adalah tanda akan jiwanya" bermaksud menjelaskan bahwa *Corporate Brand* adalah wajah dari perusahaan³, termasuk nama perseroan yang turut menjadi pondasinya.

Perseroan Terbatas didefinisikan berdasarkan Pasal 109 Undang-Undang tentang Cipta Kerja *jo.* Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Perseroan Terbatas (selanjutnya disebut "UUPT sebagaimana diubah oleh UU CK") adalah badan hukum yang merupakan persekutuan modal, didirikan berdasarkan perjanjian, melakukan kegiatan usaha dengan modal dasar yang seluruhnya terbagi dalam saham atau badan hukum perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro dan kecil sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan mengenai usaha mikro dan kecil. Terlepas dari badan usaha mikro dan kecil yang dapat didirikan oleh satu orang, perseroan terbatas persekutuan modal harus didirikan berdasarkan perjanjian oleh pendiri yang terdiri dari lebih dari satu orang yang masing-masing pendirinya memiliki tanggung jawab terbatas sebesar modal yang dimasukkan.⁴ Peraturan Pemerintah Nomor 43 Tahun 2011 tentang Tata Cara Pengajuan dan Pemakaian Nama Perseroan Terbatas (PP No. 43 Tahun 2011) menjelaskan setiap perseroan harus memiliki nama yang berguna untuk membedakan dengan perseroan lain. Dalam Pasal 5 ditegaskan bahwa nama perseroan harus memenuhi persyaratan yaitu ditulis dengan huruf latin, tidak sama pada pokoknya dengan nama perseroan lain, tidak bertentangan dengan ketertiban umum, tidak sama dengan yang berhubungan dengan pemerintahan, dan lain sebagainya. Berdasarkan Pasal 3 Peraturan Pemerintahan tersebut, nama

¹ Rickard Gustavsson, "Convention or Nature? The Correctness of names in Plato's *Cratylus*", Thesis, Umeå University., hlm. 1

² *ibid.*, hlm. 8

³ John M. T. Balmer dan Edmund R. Gray, "Corporate Brands: What are They? What of Them?", *European Journal of Marketing*, Vol. 37, No. 7, 2003., hlm. 991

⁴ Ridha Wahyuni dan Siti Nurul Intan Sari Dalimunthe, "Kedudukan Hukum Perjanjian di Dalam Pendirian Perseroan Terbatas Berbentuk Badan Usaha Mikro dan Kecil Berdasarkan Undang-Undang Cipta Kerja", *Acta Diurnal*, Vol. 6, No. 1, Desember 2022., hlm. 52

perseroan juga dapat diajukan bersama-sama dengan singkatan nama yang terdiri atas huruf depan nama perseroan atau singkatan berupa akronim nama perseroan.

Ketentuan pendirian perseroan terbatas persekutuan modal adalah oleh 2 (dua) orang atau lebih dengan Akta Pendirian yang memuat Anggaran Dasar termasuk didalamnya nama perseroan yang telah mendapatkan pengesahan oleh Menteri. Nama perseroan dapat kemudian diubah, dimana badan hukum merubah nama atau logonya untuk menandakan adanya identitas baru, yang disebut juga sebagai *Corporate Rebranding*. Berdasarkan penelitian terdahulu tentang topik terkait, meskipun banyak alasan penyebab dilakukannya *rebranding* namun alasan yang paling sering ditemukan adalah karena penggabungan dan akuisisi.⁵ Apabila suatu saat terdapat hal yang harus diubah dalam anggaran dasar perseroan seperti perubahan nama perseroan, maka perubahan anggaran dasar dapat dilakukan setelah mendapat persetujuan dari Rapat Umum Pemegang Saham. Perubahan tersebut kemudian dituangkan dalam Akta Perubahan Anggaran Dasar yang dibuat oleh Notaris dan selanjutnya dimohonkan persetujuan atas perubahan tersebut kepada Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia.

Notaris adalah pejabat umum yang berwenang untuk membuat akta otentik dan memiliki kewenangan lainnya sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2014 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2004 tentang Jabatan Notaris (selanjutnya disebut "UU Jabatan Notaris"). Pasal 1868 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) menjelaskan bahwa tulisan atau akta dikatakan otentik apabila dibuat dalam bentuk yang ditentukan undang-undang oleh atau dihadapan pejabat umum yang berwenang untuk itu di tempat akta itu dibuat. Akta otentik memiliki kekuatan pembuktian formal yang artinya akta otentik menjamin kebenaran dan kepastian tanggal akta, kebenaran tanda tangan yang terdapat dalam akta, identitas dari orang-orang yang hadir dan juga tempat dimana akta itu dibuat, kekuatan pembuktian materiil yang artinya akta otentik merupakan suatu kepastian bahwa para pihak telah melakukan seperti apa yang tercantum dalam materi akta dan kekuatan pembuktian lahiriah yaitu bahwa akta memiliki kemampuan untuk membuktikan dirinya sebagai akta otentik⁶ sehingga ia bisa membuktikan sendiri kebenaran hal-hal yang tercantum di dalamnya. Akta Pendirian dan Akta Perubahan Anggaran Dasar harus dibuat dengan memenuhi syarat-syarat dalam peraturan perundang-undangan yaitu akta dibacakan dihadapan para penghadap dengan dihadiri 2 saksi, tandatangan oleh para penghadap, saksi dan notaris, membuat akta di wilayah jabatannya, dan lain sebagainya. Jika syarat-syarat tersebut tidak terpenuhi atau dilanggar, maka akta hanya mempunyai kekuatan pembuktian sebagai akta dibawah tangan.

Perseroan memiliki klasifikasi yang berbagai macam dengan bidang usaha yang berbagai macam pula. Tidak jarang sebuah perseroan menggunakan nama yang sama untuk nama perseroan (*trade name*) dan merek (*trademark*) yang dikeluarkannya. Perseroan melibatkan penggunaan satu nama untuk dua hal di atas demi mendukung barang atau jasa dari perseroan. Dengan adanya

⁵ Laurent Muzellec dan Mary Lambkin, "Corporate Rebranding: Destroying, Transferring or Creating Brand Equity?", *European Journal of Marketing*, July 2006., hlm. 809

⁶ Dedy Pramono, "Kekuatan Pembuktian Akta yang Dibuat Oleh Notaris Selaku Pejabat Umum Menurut Hukum Acara Perdata di Indonesia", *Lex Jurnalica*, Vol. 12, No. 3, Desember 2015., hlm. 254)

pendekatan ini, perseroan memperoleh investasi tambahan pada suatu merek yang tidak hanya dikaitkan pada satu barang dan/atau jasa, namun dapat dialihkan ke produk apa pun yang berasal dari perseroan yang sama.⁷ Nama perseroan dan merek merupakan dua hal yang berbeda dan keduanya memiliki hubungan yaitu bahwa nama perseroan mendeskripsikan produsen dan merek mendeskripsikan komoditas seperti yang dikemukakan oleh Edward C. Vandenburg. Merek dan nama perseroan bahkan dapat ditempatkan bersamaan pada satu tempat seperti pada kemasan makanan. Akan tetapi penggunaannya perlu memperhatikan Pasal 21 ayat (2) UU Merek yang berbunyi “Permohonan merek ditolak jika merek tersebut 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”.

Persoalan muncul ketika timbulnya sengketa merek antara pemilik perseroan yang nama perseroannya sama (kemudian melakukan *rebranding*) dengan mereknya dan pihak lain dengan merek serupa. Salah satu contoh sengketa yang menggambarkan kondisi dari urgensi penelitian ini adalah sengketa Putusan Nomor 69/Pdt.SUS-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst. Berawal dari F&S RETAIL Co., Ltd., sebuah perseroan yang didirikan di Korea Selatan dan merupakan pemilik brand “SAPPUN” merubah nama perseroannya yang sebelumnya disebut SAPPUN Co., Ltd. menjadi F&S RETAIL Co., Ltd. dalam rangka *merging* dengan perusahaan lain. Setelah melakukan *rebranding*, pada tahun 2020 diketahui bahwa terdapat orang lain yang menggunakan merek yang sama pada pokoknya tanpa seizin Penggugat dan mereknya telah terdaftar sebagai merek di Indonesia. Penggugat kemudian mengajukan tuntutan pembatalan pendaftaran merek “SAPPUN” milik tergugat lantaran adanya itikad tidak baik, peluang terjadinya tindakan *passing off*. Tindakan *Passing Off* sendiri adalah pemboncengan reputasi, dimana terdapat suatu nama dengan reputasi yang baik yang dimiliki oleh suatu pelaku usaha dan kemudian ada pelaku usaha lain yang mencoba untuk mengambil keuntungan nama baik atau reputasi tersebut. *Passing Off* menyebabkan kerugian karena misrepresentasi dan kebingungan yang disebabkan oleh pendompleng.⁸ Karenanya kedua pihak ini pun terbelenggu dalam sengketa merek “SAPPUN” kelas 25 untuk jenis barang alas kaki dengan F&S RETAIL Co., Ltd., sebagai PENGUGAT dan Zhen Rui Chen sebagai TERGUGAT.

Penggugat dalam posita menjelaskan bahwa “Penggugat telah terlebih dahulu mendirikan suatu perusahaan pada 18 Juni 2014 dengan nama SAPPUN Co., Ltd., sebelum berubah menjadi F&S Retail Co., Ltd., yang berdiri di Republik Korea yang dibuktikan dengan profil perusahaan atau sejarah perusahaan milik Penggugat”. Penggugat pun mengajukan bukti-bukti sertifikat pendaftaran merek di kurang lebih 10 negara, bukti aktivitas promosi dan penjualan, termasuk fotocopy profil/sejarah perusahaan SAPPUN Co., Ltd, Anggaran Dasar Perusahaan F&S Retail Co., Ltd, dan Pendaftaran Perusahaan No. 543957 dari SAPPUN Co., Ltd menjadi F&S Retail Co., Ltd. Dalam pertimbangan hakim terbukti bahwa merek “SAPPUN” milik penggugat adalah merek terkenal karena telah terdaftar sebagai merek di kurang lebih 10 negara dan adalah pihak yang berkepentingan dalam gugatan ini, merek “SAPPUN” milik tergugat dan penggugat mempunyai persamaan pada pokoknya dan

⁷ Dima Basma, *The Nature, Scope, and Limits of Modern Trademark Protection: A Luxury Fashion Industry Perspective*, Thesis, Faculty of Humanities, University of Manchester, 2016., hlm. 151

⁸ Rika Ratna Permata, et.al., *Pelanggaran Merek di Indonesia*, Buku Ajar Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran, 2020., hlm. 59

pendaftaran oleh tergugat dilandasi itikad tidak baik. Berdasarkan alasan-alasan selain profil perusahaan diatas, gugatan penggugat dikabulkan oleh majelis hakim dan pendaftaran merek "SAPPUN" atas nama tergugat dibatalkan dari Daftar Umum Direktorat Merek dan Indikasi Geografis.

Tergugat kemudian mengajukan tuntutan pada tingkat Kasasi dalam Putusan Nomor 1857K/Pdt.Sus-HKI/2022. Pada tingkat tersebut Mahkamah Agung berpendapat bahwa putusan *Judex Facti* tidak salah menerapkan hukum. Bahwa merek penggugat adalah merek terkenal telah didaftarkan di beberapa negara dan tergugat beritikad tidak baik karena merek tergugat mempunyai persamaan pada pokoknya dan keseluruhannya dengan milik penggugat. Selain itu merek "SAPPUN" milik tergugat menyerupai nama badan hukum yang sebelumnya dimiliki Penggugat, yaitu SAPPUN Co., Ltd., dan patut diduga adanya niat untuk meniru merek pihak lain demi kepentingan usahanya yang menimbulkan persaingan usaha tidak sehat. Berangkat dari sengketa tersebut, pada tingkat pertama penggugat berargumen bahwa mereknya berasal dari nama perseroan yang telah berdiri pertama sejak sebelum namanya diubah dan menyertakan bukti profil/sejarah perusahaan, anggaran dasar dan pendaftaran perusahaan. Pada tingkat kasasi, Mahkamah Agung berpendapat bahwa merek tergugat menyerupai nama badan hukum yang sebelumnya dimiliki Penggugat.

Penelitian terdahulu yang berjudul "Akta Notaris Sebagai Instrumen Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Hak Atas Merek Dagang" karya Dwi Endah Lestari membahas mengenai peran notaris dan klausul-klausul dalam akta pendirian perseroan yang berperan untuk melindungi merek dalam hal terjadi sengketa maupun peralihan merek. Penelitian ini dibedakan dengan penelitian terdahulu tersebut dari cakupan penelitiannya yang dalam penelitian ini membahas dengan lingkup yang mengecil yaitu pada nama perseroan dengan merek yang sama, yang melakukan rebranding dan menggunakan putusan sebagai gambaran dari urgensi penelitiannya. Penelitian ini sendiri perlu dilakukan untuk menganalisa pembuktian perubahan nama perseroan terbatas dalam sengketa hak merek dengan menggunakan akta notaris. Masalah yang kemudian diangkat dalam penelitian ini terdiri atas 2 (dua) hal, yaitu (1) Bagaimanakah ketentuan atas nama perseroan yang sama dengan merek berdasarkan hukum positif di Indonesia, dan (2) Bagaimanakah pengaruh akta pendirian dan akta perubahan nama perseroan terbatas pada perkara sengketa hak atas merek.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian yuridis normatif yang dilakukan dengan mengkaji isi peraturan perundang-undangan. Pendekatan penelitian ini adalah dengan studi kepustakaan yaitu bahan hukum primer seperti Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU Merek) dan Peraturan Pemerintah Nomor 43 Tahun 2011 tentang Tata Cara Pengajuan dan Pemakaian Nama Perseroan Terbatas (PP 43/2011) juga bahan hukum sekunder yang terdiri dari buku karya ahli hukum, penjelasan undang-undang, yurisprudensi, jurnal ilmiah, kamus, dan lain sebagainya. Data yang terkumpul kemudian dipelajari, ditelaah, dan dianalisis secara yuridis kualitatif. Metode analisis secara yuridis kualitatif dilakukan dengan membaca dan mempelajari bahan-bahan pustaka yang telah diperoleh, menganalisis dari sisi identifikasi masalah, kemudian mengolahnya menjadi tulisan penelitian ilmiah.

PEMBAHASAN

Tinjauan Ketentuan Nama Perseroan dan Merek

Kekayaan intelektual merupakan hak kebendaan bergerak yang tidak memiliki wujud (*intangible property*), memiliki nilai ekonomi dan dapat dipindahtangankan. Hak kekayaan intelektual merupakan hak yang timbul dari kemampuan berpikir manusia. Dikutip dari buku Hak Kekayaan Intelektual karya Tim Lindsey, HKI merupakan hasil dari usaha yang dilakukan manusia ke dalam penciptaan sehingga darinya muncul hak alami untuk memiliki dan mengontrol apa yang telah mereka ciptakan.⁹ Hal ini juga selaras dengan 2 (dua) teori perlindungan kekayaan intelektual yang dikemukakan Robert C. Sherwood yaitu *Reward Theory* tentang perlindungan kekayaan intelektual yang diberikan perlindungan sebagai bentuk pengakuan karena telah melakukan upaya kreatif untuk menghasilkan karya intelektual dan *Risk Theory* yang menjelaskan bahwa suatu hasil karya mengandung risiko yang memungkinkan orang lain untuk menggunakan karya tersebut dan menimbulkan kerugian secara ekonomis maupun moral sehingga perlu diakomodasikan perlindungan kekayaan intelektual harus diberikan bersamaan dengan penegakan hukum yang kuat.¹⁰

Salah satu bentuk dari kekayaan intelektual adalah merek yang didefinisikan oleh Pasal 1 ayat (1) UU Merek sebagai “Tanda berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk dua dimensi dan/atau tiga dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 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.” Molengraaf, WL.P.A. mendefinisikan merek yaitu dengan nama dipribadikanlah sebuah barang tertentu, untuk menunjukkan asal barang, dan jaminan kualitasnya sehingga bisa dibandingkan dengan barang-barang sejenis yang dibuat, dan diperdagangkan oleh orang, atau perusahaan lain.¹¹ Sistem perlindungan untuk merek adalah sistem konstitutif, dimana untuk mendapatkan perlindungan maka merek harus terdaftar terlebih dahulu, dan karena perlindungan merek di Indonesia menggunakan asas *first to file* maka merek yang diterima adalah yang paling dahulu mendaftarkan.

Perlindungan merek di Indonesia juga didasarkan pada itikad baik sesuai bunyi Pasal 21 ayat (3) UU Merek bahwa “permohonan ditolak jika diajukan oleh Pemohon yang beritikad tidak baik” yaitu pemohon yang memiliki niat jahat untuk menyesatkan konsumen dan Pasal 76 ayat (2) yaitu pemilik merek tidak terdaftar yang beritikad baik. Dalam kriteria merek yang dapat dan tidak dapat didaftarkan, pada Pasal 21 ayat (2) huruf a menyebutkan bahwa “Permohonan merek ditolak jika merek tersebut 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.” Selanjutnya ditegaskan dalam penjelasan Pasal 21 ayat (2) UU Merek bahwa “nama badan hukum” yang disebutkan dalam pasal tersebut adalah nama badan hukum yang berupa merek dan telah terdaftar di daftar umum merek.

Sehubungan dengan itu, perlu dibahas juga mengenai perseroan sebagai badan hukum itu sendiri. Berdasarkan UUPT sebagaimana diubah oleh UU CK, Perseroan Terbatas terdiri dari beberapa

⁹ Muhammad Amirulloh dan Helitha Novianty Muchtar, *Buku Ajar Hukum Kekayaan Intelektual*, Unpad Press, Bandung: 2016., hlm. 6

¹⁰ *Ibid.* hlm. 16-19

¹¹ Sudaryat, et. al., *Hukum Kekayaan Intelektual Cakupan dan Prinsip Dasar*, Global Sinergi Indonesia, Bandung: 2019., hlm. 60

elemen yaitu merupakan persekutuan modal, didirikan berdasarkan perjanjian, dan melakukan kegiatan usaha dengan modal dasar yang seluruhnya terbagi dalam saham atau badan hukum perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro dan kecil sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan mengenai usaha mikro dan kecil. Dalam hal ini perseroan terbatas yang dimaksud adalah Perseroan Terbatas Persekutuan Modal yang didirikan berdasarkan perjanjian. Yahya Harahap turut mendefinisikan perseroan dengan menyebutnya “makhluk badan hukum yang berwujud artifisial yang dicipta negara melalui proses hukum” dengan memenuhi syarat dalam peraturan perundang-undangan dan pengesahan oleh Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia.¹²

Proses pendirian perseroan persekutuan modal menurut UUPT sebagaimana diubah oleh UU CK adalah berdasarkan perjanjian antara 2 (dua) orang atau lebih dengan akta notaris yang dibuat dalam bahasa Indonesia. Pendirian perseroan dilakukan dengan menandatangani Akta Pendirian yang dibuat notaris yang memuat anggaran dasar dan keterangan lain yang berkaitan dengan pendirian perseroan. Perseroan kemudian baru memperoleh status badan hukum setelah didaftarkan kepada Menteri Hukum dan HAM dan mendapatkan bukti pendaftaran berupa Surat Keputusan. Dalam Pasal 9 UUPT juga diuraikan bahwa untuk memperoleh pengesahan menteri maka pendiri harus mengajukan permohonan kepada Menteri dengan mengisi nama dan tempat kedudukan perseroan, jangka waktu berdirinya perseroan, maksud dan tujuan serta kegiatan usaha perseroan, jumlah modal dasar, modal ditempatkan, dan modal disetor, serta alamat lengkap perseroan. Adapun menurut Pasal 3 PP Nomor 42 Tahun 2011, nama perseroan yang akan dipakai harus terlebih dahulu disetujui oleh menteri sebelum perseroan didirikan atau sebelum perubahan anggaran dasar mengenai nama perseroan dilakukan.

Nama perseroan berfungsi sebagai identitas dan harus berbeda dengan perseroan lainnya sehingga diperlukan persetujuan menteri yang dimuat dalam anggaran dasar perseroan. Merujuk pada Undang-Undang Nama Perusahaan di Belanda, terdapat asas yang dijadikan dasar cara penentuan nama perusahaan yang terdiri dari:¹³

1. Pembauran nama perusahaan dan nama pribadi
2. Pembauran bentuk hukum perusahaan dan nama pribadi
3. Larangan memakai nama perusahaan orang lain
4. Larangan memakai merek orang lain
5. Pengakuan dan pengesahan

Layaknya merek, aturan mengenai pemakaian nama perseroan diatur dengan detail untuk memberi kepastian hukum dan perlindungan kepada pendiri perseroan yang beritikad baik dan telah melakukan proses seperti yang diatur dalam peraturan perundang-undangan. Walaupun tujuannya serupa, merek dan nama perseroan memiliki perbedaan-perbedaan yang signifikan. Pendaftaran nama perseroan dilakukan untuk memenuhi syarat pendirian perseroan yang diatur oleh undang-undang, tidak dapat dialihkan kepada orang lain dan tidak memberikan hak eksklusif atas nama tersebut, sedangkan pendaftaran merek berdasarkan UU Merek memberikan hak eksklusif kepada pemilik atas mereknya dan dapat dialihkan kepada pihak ketiga. Jika *brand image* merek berfokus

¹² M. Yahya Harahap, *Hukum Perseroan Terbatas*, Sinar Grafika, Jakarta: 2016., hlm. 36.

¹³ Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perusahaan Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung: 2021., hlm. 332-334

pada kualitas produk dan cakupan konsumen yang lebih luas, *brand image* nama perseroan lebih berfokus pada korporasi itu sendiri, pemegang saham, termasuk konsumen.¹⁴

Mengutip dari *U.S Trademark Law* atau *Lanham Act*, nama perseroan merupakan bagian dari *trade name* yang mencakup nama-nama yang mengidentifikasi suatu usaha. Edward C. Vandeburgh kemudian menyatakan perbedaan antara *trade name* dan merek yaitu bahwa *trade name* mendeskripsikan produsen, sedangkan merek mendeskripsikan komoditas.¹⁵ Sebagai produsen, perseroan menggunakan merek untuk memberikan jaminan kualitas (*a guarantee of quality*) komoditasnya kepada konsumen. Sebagai komoditas, merek juga turut membantu mempromosikan produknya agar dikenal lebih luas kualitas dan citranya.¹⁶ Citra merek dapat dianggap sebagai aset tidak berwujud perusahaan untuk menjamin kemakmuran jangka panjang. Sebagai persepsi emosional dan komunikatif terhadap produk dan layanan, citra merek sangat membantu menjamin kesuksesan perusahaan. Manfaat merek dapat tercermin dalam reaksi konsumen, perilaku terhadap merek, harga pasar, dan profitabilitas yang diciptakan merek bagi perusahaan. Hubungan signifikan antara merek dengan perseroan adalah merek merupakan aset penting yang memberikan nilai finansial bagi perusahaan dan memberikan efek psikologis terhadap konsumen.¹⁷

Berdasarkan uraian di atas, perseroan yang menggunakan nama yang sama untuk nama perseroan dan merek harus memperhatikan ketentuan dalam Pasal 21 ayat (2) dan Penjelasan Pasal 21 Ayat (2) Undang-Undang No. 20 Tahun 2016. Jika dijelaskan secara sederhana, merek dan nama perseroan adalah dua hal yang berbeda dan memiliki hubungan sebagai produsen dan komoditas. Nama perseroan dapat mendaftarkan sebagai merek selama tidak melanggar syarat dalam Pasal 20 dan 21 UU Merek, kemudian merek boleh merupakan atau menyerupai nama badan hukum selama tidak ada badan hukum lain yang namanya serupa yang telah terdaftar sebagai merek dan telah mendapat persetujuan tertulis dari yang berhak yang mana dalam hal ini adalah Perseroan Terbatas itu sendiri.

Analisis Pengaruh Akta Perubahan Nama Perseroan Terbatas Pada Perkara Sengketa Hak Atas Merek

Membangun *brand image* perusahaan adalah tidak mudah, dari citra perusahaan hingga studi akan identitas perusahaan dibutuhkan untuk memahami dan mengelola perusahaan.¹⁸ Meskipun *image* perusahaan telah terbentuk dengan sempurna, seiring berjalannya waktu, kerap muncul saat dimana *image* yang telah dibangun sedemikian rupa harus melalui perubahan atau *rebranding*. Perseroan Terbatas melakukan *rebranding* dapat disebabkan oleh berbagai macam alasan seperti berubahnya tujuan perusahaan sehingga dibutuhkan *repositioning*, modernisasi nama dan logo yang kurang menarik, namun yang paling sering terjadi adalah karena merger atau akuisisi.¹⁹ *Rebranding*

¹⁴ Sharifah Faridah Syed Alwi dan Philip J. Kitchen, "Projecting Corporate Brand Image and Behavioral Response in Business School: Cognitive or Affective Brand Attributes?", *Journal of Business Research*, Vol. 67, No. 11, 2014., hlm. 2326

¹⁵ Carla Tania Alisangihe, *Analisa Yuridis Terhadap Sengketa Antara Merek dan Nama Perusahaan yang Sama Atau Serupa*, Skripsi Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2012., hlm 38

¹⁶ Suci Rachmawati, *Kepemilikan Merek Perseorangan yang Digunakan Dalam Perseroan Terbatas (Analisis Yuridis Terhadap Putusan Pengadilan Niaga Surabaya Nomor:08/HKI.Merek/2014/PN.Niaga.SBY Terkait Kasus Merek "Good Day"*, Skripsi Fakultas Hukum Universitas Brawijaya, Malang 2016., hlm. 66

¹⁷ Margarita Işoraitè, "Brand Image Theoretical Aspect", *Integrated Journal of Business and Economics*, 2018., hlm. 119

¹⁸ John M.T. Balmer dan Edmund R. Gray, *Op. Cit.*, hlm. 993.

¹⁹ D. Agung Krisprimandoyo, "Corporate Rebranding: A Literature Review", *The Second Conference on Entrepreneurship*, Book Three, 2015., hlm. 152

dalam prosesnya terdiri dari 4 tahap yaitu yang pertama adalah tahap *repositioning* yaitu penetapan tujuan untuk menciptakan posisi baru di benak konsumen, *renaming* yaitu tahap mengubah nama, untuk memberi isyarat bahwa perusahaan tersebut telah berubah, *redesign* yaitu tahap untuk menyempurnakan perubahan nama, dengan merubah logo perusahaan pada setiap barang, dan *relaunch* yaitu tahap terakhir yaitu memperkenalkan identitas perusahaan yang baru kepada pemegang saham melalui *press release* maupun iklan.²⁰ Salah satu yang menjadi topik dalam tinjauan ini adalah *renaming* yang dengan tegas mengumumkan identitas baru dari perseroan.

Tidak ada larangan bahwa nama Perseroan tidak boleh diubah karena pada dasarnya yang dikenali oleh masyarakat adalah nama merek dan bukan nama perusahaan. Daya beli utama datang dari kualitas barang atau jasa dan citra merek di mata konsumen. Meskipun dengan adanya *rebranding* dapat menyebabkan konsumen maupun karyawan menjadi asing, namun dengan *campaign marketing* dan komunikasi yang baik serta pemegang saham yang suportif, maka proses *rebranding* dinilai berhasil dilakukan.²¹ Facebook Inc yang menaungi media sosial raksasa Facebook bahkan mengganti nama perusahaannya menjadi Meta Platform Inc karena harapan dan tujuan yang berubah, yaitu untuk membuat platform masa depan yang dapat menghubungkan manusia dan membantu bisnis-bisnis untuk berkembang dalam dunia bernama *Metaverse*.²² Kendati nama perseroan yang telah diubah, nama media sosial “Facebook” tetap berdiri dan memiliki citranya sendiri sebagai merek.

Berlandaskan ketentuan dalam Pasal 40 UU Merek, apabila nama perseroan diubah, perseroan sebagai pemilik merek memiliki kewajiban melakukan permohonan pencatatan perubahan nama pemilik merek. Perseroan yang tidak menindaklanjuti dengan perubahan nama pemilik merek dapat mengalami penolakan ketika mendaftarkan merek baru yang serupa maupun kesulitan membuktikan kepemilikan merek di muka persidangan jika terjadi sengketa. Permohonan pencatatan perubahan dapat diajukan kepada Menteri disertai salinan yang sah mengenai bukti perubahan nama tersebut. Perubahan nama juga dapat dilakukan pada proses permohonan pendaftaran merek sehingga untuk merubah nama pemilik tidak perlu menunggu mereknya terdaftar terlebih dahulu. Perubahan nama pun kemudian akan diumumkan dalam berita resmi merek²³, sehingga ada rekaman untuk setiap perubahan yang dilalui merek dan perseroan.

Persoalan timbul ketika nama Perseroan yang melakukan *rebranding* sama dengan nama Perseroan lain atau sama Merek lain sehingga terjadi sengketa perebutan hak atas merek seperti yang terjadi pada Facebook. Sangat memungkinkannya pula keadaan dimana dua merek bersengketa, yang salah satu mereknya adalah milik perseroan dengan nama yang sama antara merek dan nama perseroannya, yang kemudian melakukan *rebranding* perseroan, seperti dalam sengketa “SAPPUN” yang menjadi gambaran untuk kondisi ini. Dalam sengketa putusan nomor 69/Pdt.SUS-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst ini meskipun merek milik tergugat (Chen Zhen Rui) telah terdaftar lebih

²⁰ Arianis Chan dan Febe Eunike, “PDC Corporate Rebranding Process to be Custombandung”, *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol 10 ,No 2, 2019., hlm. 237-238.

²¹ Abraham Joseph, et. al., “Corporate Rebranding: An Internal Perspective”, *Journal of Business Research*, Vol. 130, 2021. hlm. 712.

²² Meta, “Introducing Meta: A Social Technology Company”, 2021, <<https://about.fb.com/news/2021/10/facebook-company-is-now-meta/>>, [diakses pada 08/02/2024].

²³ Insan Budi Maulana, et. al., *Pengantar (Akta) Perjanjian Hak Kekayaan Intelektual Untuk Notaris dan Konsultan HKI*, Citra Aditya Bakti, Bandung: 2021., hlm. 83

dahulu, namun berdasarkan pertimbangan hakim terbukti bahwa tergugat memiliki itikad tidak baik karena tidak adanya aktivitas penjualan membuat timbulnya unsur *unjust enrichment* dimana seseorang memperkaya dirinya secara tidak adil dengan kekayaan dari pihak lain²⁴. Kemudian berlandaskan pada bukti-bukti yang diserahkan penggugat (F&S Retail Co., Ltd) dan kriteria merek terkenal dalam Peraturan Menteri Hukum dan HAM No. 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek, dengan menimbang bahwa penggugat memiliki pendaftaran dan permohonan merek di kurang lebih 10 negara (Korea, Jepang, Amerika, Tiongkok, Hong Kong, Filipina, Thailand, Malaysia, Singapura, dan Taiwan), melihat intensitas promosi, volume penjualan, tingkat pengetahuan masyarakat dan nilai yang melekat pada merek atas reputasinya, hakim menimbang bahwa merek penggugat adalah merek terkenal, mempunyai kepentingan dan berhak untuk menggugat. Undang-Undang Merek mengatur bahwa hak atas merek baru diperoleh setelah merek tersebut terdaftar, sehingga sebagai merek milik perusahaan asing, merek "SAPPUN" seharusnya baru mendapat perlindungan hukum di Indonesia setelah mereknya terdaftar. Namun dalam kasus merek "SAPPUN" meskipun mereknya tidak terdaftar di Indonesia, dengan adanya *Paris Convention* dan *TRIPS Agreement*, tetap mendapat perlindungan karena mereknya adalah merek terkenal.

Sebagai perseroan yang berasal dari Korea Selatan, Undang-Undang *Commercial Law* mengatur bahwa pendirian perseroan adalah dengan Anggaran Dasar (정관)²⁵ yang memuat hal-hal seperti nama perusahaan, yang dibuat dengan akta autentik oleh Akta Notaris (사서증서인증서)²⁶ dan berfungsi sebagai alat bukti yang kuat. Sehingga dalam pembuktiannya, penggugat menyertakan fotokopi profil/sejarah perusahaan, Anggaran Dasar, dan bukti pendaftaran perusahaan dari SAPPUN Co., Ltd. menjadi F&S Retail Co., Ltd. sebagai alat bukti.

Pendirian perseroan sebagai badan hukum di Indonesia dilakukan dengan Akta Pendirian yang memuat Anggaran Dasar termasuk didalamnya nama perseroan yang telah mendapatkan pengesahan oleh Menteri. Menurut Pasal 8 Ayat (1) dan (2) UUPT, Akta Pendirian terdiri atas anggaran dasar dan uraian-uraian mengenai nama pendiri hingga nama perseroan, anggota direksi dan dewan komisaris yang pertama kali diangkat, nama pemegang saham dan hal-hal lain yang berkaitan dengan pendirian perseroan. Akta pendirian selain dapat menjadi alat bukti juga merupakan pengesahan, keterangan nyata atas proses hukum yang dilaksanakan pendiri untuk memenuhi syarat pendirian perseroan menjadi badan hukum.²⁷ Perseroan dapat melakukan perubahan nama perseroan atas tujuan *rebranding* namun harus memenuhi ketentuan dan tata cara perubahan anggaran dasar dan tidak bertentangan dengan ketentuan perundang-undangan, ketertiban umum dan kesusilaan. Perubahan nama perseroan termasuk ke dalam perubahan anggaran dasar tertentu yang memerlukan persetujuan Menteri. Mengenai tata cara perubahan anggaran dasar perseroan diatur dalam ketentuan Pasal 21 ayat (4) UUPT yaitu perubahan anggaran dasar dinyatakan dalam akta notaris dan menurut hukum di Indonesia, perubahan nama perseroan harus memenuhi ketentuan bahwa tidak

²⁴ Yosepin, *Doktrin Unjust Enrichment Dalam Putusan-Putusan Pengadilan*, Skripsi Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2018., hlm. 34

²⁵ *South Korea Commercial Act*, art. 287-2, translated in Korean Legislation Research Institute's online database, <https://elaw.klri.re.kr/eng_service/lawView.do?hseq=54525&lang=ENG>, [diakses pada 07/03/2023].

²⁶ *ibid.*, art. 292.

²⁷ Kayla Raissafitri dan Taupiqurrahman, "Keabsahan Akta Pendirian Perseroan Terbatas dengan Saham Harta Bersama Suami Istri ditinjau dari Asas Acta Publica Probat Sese Ipsa", *Kerta Patrika* Vol. 45 No. 1, April 2023., hlm. 19-34

diperkenankan pemakaian nama perseroan yang telah secara sah dipakai oleh perseroan lain atau sama pada pokoknya dengan nama perseroan lain sebagaimana diatur dalam Pasal 5 ayat (1) huruf b PP No. 43 Tahun 2011. Dalam kasus ini perseroan berdiri dan melakukan perubahan nama berdasarkan hukum *Commercial Law* Korea yang pengaturan perseroannya dituangkan dalam Anggaran Dasar yang dibuat oleh Notaris. Meskipun telah dilakukan perubahan, sebagai alat bukti penggugat menyerahkan Anggaran Dasar perusahaan dan bukti pendaftaran perusahaan untuk nama yang diubah.

Akta pendirian dan akta perubahan yang berisi anggaran dasar perseroan merupakan satu kesatuan. Dalam kasus ini dari akta pendirian (anggaran dasar di Korea) dan akta perubahan tercermin adanya afiliasi antara nama perseroan sebelum dilakukannya perubahan nama dengan merek yang disengketakan. Dalam akta pendirian disebutkan nama perseroan, dan dalam akta perubahan disebutkan kembali nama perseroan awal sebelum disebutkan perubahan-perubahannya. Dengan adanya hal-hal tersebut dapat dilihat bahwa merek yang sedang disengketakan adalah sama dan bersumber dari nama perseroan yang disebutkan dalam akta pendirian serta akta perubahan anggaran dasar.

Perseroan sah berdiri menjadi badan hukum sejak tanggal diterbitkannya Surat Keputusan oleh Menteri Hukum dan HAM dan perubahan anggaran dasar menurut hukum positif berlaku efektif sejak tanggal diterbitkannya keputusan Menteri mengenai persetujuan perubahan anggaran dasar sebagaimana diatur dalam Pasal 23 ayat (1) UUPT. Setelah itu, proses yang wajib dilakukan adalah mendaftarkan perseroan dan nama perseroan ke Daftar Perseroan yang diselenggarakan oleh Menteri yang kemudian oleh Menteri akan mengumumkan dalam Tambahan Berita Negara Republik Indonesia mengenai akta pendirian perseroan dan akta perubahan anggaran dasar setelah mendapat surat keputusan Menteri. Tujuan dari pendaftaran ini adalah untuk menyediakan data resmi bagi pihak yang berkepentingan,²⁸ dengan pendaftaran perseroan maka tersedia data resmi perseroan yang selalu di *update* dan dapat diakses publik untuk mengetahui profil perseroan, termasuk nama perseroan.

Perseroan yang menggunakan nama yang sama untuk merek dan nama perseroannya harus mendaftarkan namanya pada Sistem Administrasi Badan Hukum dan Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual dan tidak bisa hanya pada salah satunya. Layaknya merek, nama perseroan juga harus dicek ketersediaan namanya guna menghindari sengketa. Saat ini satu-satunya cara untuk memeriksa ketersediaan nama adalah dengan menelusuri daftar perseroan dan pangkalan data kekayaan intelektual, sangat diharapkan bahwa kedua hal tersebut dapat bersinergi guna meminimalisir potensi konflik. Namun agar proses penelusuran lebih cepat, disarankan untuk menelusuri pangkalan data kekayaan intelektual dahulu karena lebih mudah untuk melihat daftar merek dan nama pemilik, kemudian menelusuri daftar perseroan dan mendaftarkan nama perseroan yang tersedia sehingga posibilitas timbulnya sengketa menjadi turun.

Nama perseroan yang bersengketa dengan merek diselesaikan dengan mekanisme penyelesaian pelanggaran merek yang diatur dalam Undang-Undang Merek. Penyelesaian pelanggaran merek dapat dilakukan dengan penyelesaian perdata, pidana, arbitrase atau alternatif

²⁸ Agus Sardjono, et. al., *Pengantar Hukum Dagang*, Rajawali Pers, Depok: 2022., hlm. 76-77.

penyelesaian sengketa. Terhadap pelanggaran merek, Pasal 83 Ayat (1) UU Merek mengatur bahwa Pemilik merek terdaftar terhadap pihak lain yang tanpa hak menggunakan Merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya untuk barang dan/atau jasa dapat mengajukan gugatan ganti rugi ataupun penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan Merek tersebut. Selain itu penyelesaian dengan tuntutan pidana dapat dilakukan berdasarkan delik aduan dari pihak yang dirugikan, yang diatur dalam Pasal 100 hingga Pasal 103 UUM. Pasal 1 angka 10 Undang-Undang No. 30 Tahun 1999 juga menyebutkan Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa berupa mediasi, negosiasi, konsultasi dan konsiliasi untuk penyelesaian secara non litigasi. Apapun bentuk penyelesaian sengketanya, akta notaris tetap dapat menjadi alat bukti yang sempurna untuk dilampirkan dalam pengadilan. Akan tetapi perlu diperhatikan bahwa pembuktian ini dapat berjalan lebih baik apabila beberapa unsur dalam ketentuan Pasal 76 Ayat (1) dan (2) UU Merek beserta penjelasannya telah dipenuhi yaitu merupakan pihak yang berkepentingan (pemilik merek terdaftar), adanya itikad baik perseroan, dan mereknya adalah merek terkenal. Seperti contohnya dalam sengketa "SAPPUN" penggugat adalah pemilik merek yang tidak terdaftar, namun sebagai pemilik merek terkenal dan beritikad baik dibuktikan dengan aktivitasnya dalam memproduksi, memasarkan dan juga mempromosikan produknya, maka penggugat dapat menggugat pembatalan merek dan melakukan pembuktian di pengadilan.

Dalam setiap tindakan hukum yang dilakukan, para pihak harus dapat melampirkan bukti-bukti yang mendukung keterangan dan sanggahan, yang kemudian akan menjadi pertimbangan saat hakim membuat putusan. Bukti yang diperlukan dalam sengketa merek adalah alat bukti dan barang bukti. Ketentuan Pasal 184 Ayat (1) Kitab Undang-Undang Hukum Acara Pidana (KUHP) menyebutkan alat bukti yang sah yaitu keterangan saksi, keterangan ahli, surat, petunjuk, dan keterangan terdakwa. Selanjutnya dalam KUHPerdara Pasal 1866, alat bukti meliputi bukti tulisan, bukti saksi, persangkaan, pengakuan, dan sumpah.

Akta pendirian dan akta perubahan anggaran dasar masuk dalam kategori surat pada KUHP dan bukti tulisan pada KUHPerdara. Lebih lanjut Pasal 1867 KUHPerdara menjelaskan bukti tulisan terbagi menjadi tulisan otentik dan tulisan di bawah tangan. Pasal 1868 kemudian menegaskan bahwa tulisan dikatakan otentik apabila dibuat dalam bentuk yang ditentukan undang-undang oleh/atau dihadapan pejabat umum yang berwenang untuk itu di tempat akta itu dibuat. Pejabat umum yang dimaksud dalam Pasal 1868 KUHPerdara adalah notaris yang dinyatakan juga dalam Pasal 1 Ayat (1) UU tentang Jabatan Notaris. Notaris punya kewenangan untuk membuat Akta Otentik mengenai semua perjanjian yang diharuskan oleh peraturan perundang-undangan atau yang dikehendaki oleh yang berkepentingan untuk dinyatakan dalam Akta Otentik sebagaimana termaktub dalam Pasal 15 Ayat (1) UU Jabatan Notaris. Akta pendirian dan Akta Perubahan Anggaran Dasar merupakan jenis perjanjian yang diharuskan untuk dibuat dalam Akta Notaris. Saat para penghadap mengungkapkan hal-hal yang akan dituangkan dalam akta, notaris harus turut bertindak aktif mengarahkan serta memastikan bahwa kesepakatan itu memang benar seperti yang dikehendaki para penghadap.²⁹ Pada dasarnya notaris tidak ada kewajiban untuk mencari tahu lebih dalam mengenai kebenaran isi materiil

²⁹ Abdulkadir Muhammad, *Op.Cit.*, hlm. 331.

akta tetapi notaris memiliki tanggung jawab memeriksa formalitas dalam pembuatan akta dengan berperan mencatat perbuatan hukum yang dilakukan para penghadap dan menjamin kepastian tanggal dan waktu pembuatan akta, melakukan verifikasi dokumen, memastikan kewenangan para penghadap dan saksi-saksi, bahkan kewenangan dirinya sebagai notaris.³⁰ Notaris juga kemudian bertanggungjawab untuk membacakan akta kepada para penghadap dan saksi-saksi, setelahnya semua yang hadir akan membubuhkan tanda tangan. Dengan memenuhi tahapan-tahapan ini, kekuatan lahiriah, formal dan materiil menjadi lahir sehingga akta memiliki kekuatan pembuktian sendiri, tanpa perlu dijelaskan kembali.

Berlandaskan pada uraian-uraian di atas, dalam *commercial law* milik Korea Selatan, anggaran dasar dibuat dengan akta notaris dan setara dengan Akta Pendirian di Indonesia Sehingga dalam sengketa "SAPPUN" untuk membuktikan pendirian dan nama perseroan, anggaran dasar diserahkan sebagai alat bukti. Akta otentik yang dibuat notaris karena disusun sesuai dengan apa yang diatur dalam perundang-undangan dapat menghasilkan kepastian hukum dan kekuatan pembuktian sendiri dalam persidangan. Kemudian daripada itu, diketahui bahwa Akta Pendirian memuat nama perseroan yang telah mendapat pengesahan dari Menteri. Apabila di kemudian hari nama tersebut diubah, nama pertama serta nama dari perubahan terakhir akan disebutkan bersama-sama dalam Akta Perubahan Anggaran Dasar. Akta Pendirian yang berlaku seumur hidup kekuatan pembuktiannya tidak akan surut sekalipun ada Akta Perubahan Terakhir karena Akta Pendirian merupakan bukti pengesahan berdirinya suatu Badan Hukum. Akhirnya dengan ketentuan-ketentuan yang disebutkan dalam analisis ini, Akta Pendirian dan Akta Perubahan Anggaran Dasar, baik bersama-sama maupun sendiri, dapat menjadi alat bukti pada sengketa merek.

PENUTUP

Dalam Pasal 21 ayat (2) UU Merek diatur bahwa permohonan merek ditolak jika merek merupakan atau menyerupai nama badan hukum yang dimiliki orang lain, kecuali atas persetujuan tertulis dari yang berhak. Selanjutnya ditegaskan dalam penjelasan Pasal 21 ayat (2) bahwa "nama badan hukum" yang disebutkan dalam pasal tersebut adalah nama badan hukum yang berupa merek dan telah terdaftar di daftar umum merek. Pasal tersebut menjadi dasar bahwa merek boleh sama dengan nama perseroan selama telah mendapat persetujuan tertulis dari yang berhak yaitu perseroan terbatas itu sendiri dan selama tidak ada perseroan lain yang namanya serupa yang telah terdaftar sebagai merek. Nama perseroan juga dapat didaftarkan sebagai merek selama tidak melanggar syarat dalam Pasal 21 Ayat (2) tersebut.

Sebagai akta otentik, akta pendirian yang memuat nama perseroan dan dibuat notaris memiliki peran penting untuk membuktikan kepemilikan hak atas merek dalam sengketa merek. Akta pendirian termasuk dalam kategori bukti tulisan pada KUHPerdara yang wajib dibuat dengan tulisan otentik dan dibuat dihadapan pejabat umum, yaitu notaris. Akta otentik yang dibuat notaris mengikuti ketentuan dalam UUJN memiliki kekuatan pembuktian formal, materiil, dan lahiriah sehingga akta memiliki kekuatan pembuktian dengan sendirinya. Dengan demikian, akta pendirian yang memuat anggaran

³⁰ Irene AJ Simanjuntak dan Henny Marlyna, "Peran Pertanggungjawaban Notaris atas Perjanjian Lisensi Merek di Indonesia", *Jurnal Legislasi Indonesia*, Vol.1, No. 1, Maret 2022., hlm. 103.

dasar dan akta perubahan anggaran dasar yang memuat perubahan nama perseroan dapat menjadi alat bukti yang sempurna di persidangan dengan terteranya dalam akta nama perseroan sebelum dan setelah dilakukannya *rebranding*.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perusahaan Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung: 2021.
- Agus Sardjono, et. al., *Pengantar Hukum Dagang*, Rajawali Pers, Depok: 2022.
- Insan Budi Maulana, et.al., *Pengantar (Akta) Perjanjian Hak Kekayaan Intelektual Untuk Notaris dan Konsultan HKI*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung: 2021.
- M. Yahya Harahap, *Hukum Perseroan Terbatas*, Sinar Grafika, Jakarta: 2016.
- Muhammad Amirulloh dan Helitha Novianty Muchtar, *Buku Ajar Hukum Kekayaan Intelektual*. Unpad Press, Bandung: 2016.
- Rika Ratna Permata, et. al., *Pelanggaran Merek di Indonesia*, Buku Ajar Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran, 2020.
- Sudaryat, Sudjana, dan Rika Ratna Permata, *Hukum Kekayaan Intelektual Cakupan dan Prinsip Dasar*, Global Sinergi Indonesia, Bandung: 2019.

Jurnal

- Abraham Joseph, et. al., "Corporate Rebranding: An Internal Perspective", *Journal of Business Research*, Vol. 130, 2021.
- Arianis Chan dan Febe Eunike, "PDC Corporate Rebranding Process to be Custombandung", *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 10, No. 2, 2019.
- D. Agung Krisprimandoyo, "Corporate Rebranding: A Literature Review", *The Second Conference on Entrepreneurship*, Book Three, 2015.
- Dedy Pranomo, "Kekuatan Pembuktian Akta yang Dibuat Oleh Notaris Selaku Pejabat Umum Menurut Hukum Acara Perdata di Indonesia", *Lex Jurnalica*, Vol. 12, No 3, 2015.
- Irene AJ Simanjuntak dan Henny Marlyna, "Peran Pertanggungjawaban Notaris atas Perjanjian Lisensi Merek di Indonesia", *Jurnal Legislasi Indonesia*, Vol.1, No. 1, Maret 2022.
- John M. T. Balmer dan Edmund R. Gray, "Corporate Brands: What are They? What of Them?", *European Journal of Marketing*, Vol. 37, No. 7, 2003.
- Kayla Raissafitri dan Taupiqqurrahman, "Keabsahan Akta Pendirian Perseroan Terbatas dengan Saham Harta Bersama Suami Istri ditinjau dari Asas Acta Publica Probant Sese Ipsa", *Kerta Patrika*, Vol. 45, No. 1, April 2023.
- Laurent Muzellec and Mary Lambkin, "Corporate Rebranding: Destroying, Transferring or Creating Brand Equity?", *European Journal of Marketing*, 2006.
- Margarita Işoraité, "Brand Image Theoretical Aspect", *Integrated Journal of Business and Economics*, 2018.

Ridha Wahyuni dan Siti Nurul Intan Sari Dalimunthe, "Kedudukan Hukum Perjanjian di Dalam Pendirian Perseroan Terbatas Berbentuk Badan Usaha Mikro dan Kecil Berdasarkan Undang-Undang Cipta Kerja", *Acta Diurnal*, Vol. 6, No. 1, 2022.

Sharifah Faridah Syed Alwi dan Philip J. Kitchen, "Projecting Corporate Brand Image and Behavioral Response in Business School: Cognitive or Affective Brand Attributes?", *Journal of Business Research*, Vol. 67, No. 11, 2014.

Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa.

Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2014 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2004 tentang Jabatan Notaris.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas sebagaimana diubah oleh Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja menjadi Undang-Undang.

Peraturan Pemerintah Nomor 43 Tahun 2011 Tentang Tata Cara Pengajuan dan Pemakaian Nama Perseroan Terbatas.

Sumber Lain

Dima Basma, *The Nature, Scope, and Limits of Modern Trademark Protection: A Luxury Fashion Industry Perspective*, Thesis, Faculty of Humanities, University of Manchester, 2016.

Carla Tania Alisangihe, *Analisa Yuridis Terhadap Sengketa Antara Merek dan Nama Perusahaan yang Sama Atau Serupa*, Skripsi Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2012.

Meta, "Introducing Meta: A Social Technology Company", 2021, <<https://about.fb.com/news/2021/10/facebook-company-is-now-meta/>>, [diakses pada 08/02/2024].

Pengadilan Niaga Jakarta Pusat, Putusan Nomor 69/Pdt.SUS-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst, F&S Retail Co., Ltd melawan Chen Zhen Rui, 2022.

South Korea Commercial Act, translated in Korean Legislation Research Institute's online database, https://elaw.klri.re.kr/eng_service/lawView.do?hseq=54525&lang=ENG, [diakses pada 07/03/2023].

Suci Rachmawati, *Kepemilikan Merek Perseorangan yang Digunakan Dalam Perseroan Terbatas (Analisis Yuridis Terhadap Putusan Pengadilan Niaga Surabaya Nomor: 08/HKI.Merek/2014/PN.Niaga.SBY Terkait Kasus Merek "Good Day")*, Skripsi Fakultas Hukum Universitas Brawijaya, Malang 2016.

Yosepin, *Doktrin Unjust Enrichment Dalam Putusan-Putusan Pengadilan*, Skripsi Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2018.