

Adaptasi *Likelihood of Confusion* dalam Pengaturan Persamaan pada Pokoknya dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek Dan Indikasi Geografis

Athariq Aqilla* , Tatty Aryani Ramli

Prodi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*Athariqaqilla97@gmail.com, Tattyramli@gmail.com

Abstract. Trademarks are intellectual property in the form of signs that can distinguish goods and/or services in trading activities. Trademark as property, in order to get legal protection, it must be registered and only get protection after the issuance of the certificate. The Indonesian government in order to provide protection for registered mark owners has established regulations that prevent the occurrence of trademark similarities through Law Number 20 of 2016 concerning Marks and Geographical Indications and adapted the likelihood of confusion in these regulations. The purpose of adapting the likelihood of confusion in the regulation is to provide protection both before a dispute occurs and after a dispute occurs. The problem is that until now there are still many similarities disputes in principle against the brand. The purpose of this study is to analyze how to adapt the likelihood of confusion in trademark law, and to analyze the judges' considerations on the "GOTO" trademark dispute. This study uses a normative juridical method by analyzing the theory of likelihood of confusion and trademark law. Data collection techniques used secondary data, and this study used qualitative analysis methods. The results of this study indicate that the likelihood of confusion in the trademark law is only partially adapted which creates legal uncertainty and causes a lot of trademark disputes. The analysis of judges' considerations also found that the actions of judges who decided cases without any consideration were not in accordance with the principle of court decisions.

Keywords: *Trademarks, Trademark Similarities, Likelihood of Confusion.*

Abstrak. Merek merupakan kekayaan intelektual berupa tanda-tanda yang dapat membedakan barang dan/atau jasa dalam kegiatan perdagangan. Merek sebagai kekayaan, untuk bisa mendapatkan perlindungan hukum harus didaftarkan dan baru dapat perlindungan setelah diterbitkannya sertifikat. Pemerintah Indonesia dalam rangka memberikan perlindungan bagi seluruh pemilik merek terdaftar telah menetapkan peraturan-peraturan yang mencegah terjadinya persamaan merek melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dan mengadaptasi likelihood of confusion dalam peraturan tersebut. Tujuan adaptasi likelihood of confusion dalam peraturan tersebut adalah memberikan perlindungan hukum baik sebelum terjadi sengketa maupun setelah terjadinya sengketa. Permasalahannya hingga saat ini masih banyak terjadi sengketa persamaan pada pokoknya terhadap merek. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana adaptasi likelihood of confusion dalam hukum merek, dan menganalisis pertimbangan hakim atas sengketa persamaan merek "GOTO". Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif dengan menganalisis teori likelihood of confusion dan undang-undang merek. Teknik pengumpulan data menggunakan data sekunder, dan penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa likelihood of confusion dalam undang-undang merek hanya diadaptasi sebagian yang menimbulkan ketidakpastian hukum dan menyebabkan banyak terjadinya sengketa merek. Terhadap analisis pertimbangan hakim juga ditemukan bahwa tindakan hakim yang memutuskan perkara tanpa adanya pertimbangan tidak sesuai dengan asas putusan pengadilan.

Kata Kunci: *Merek, Persamaan Merek, Likelihood of Confusion.*

A. Pendahuluan

Merek merupakan bagian yang penting bagi suatu produk yang akan diingat oleh para konsumen baik dari segi kualitas maupun asal dari merek itu sendiri. Merek juga menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata merupakan jenis kekayaan tidak berwujud berupa hak yang dapat memiliki hak milik. Dimana selain dapat memudahkan konsumen dalam memilih suatu barang, juga bermanfaat bagi pelaku usaha dalam mengembangkan bisnis perusahaan. Kepemilikan hak atas merek juga memberikan keuntungan melalui izin lisensi kepada pihak lain untuk menggunakannya, dan dari lisensi tersebut akan terdapat royalti. Mengingat bahwa merek merupakan salah satu bagian dari Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) yang saat ini memerlukan sejumlah perhatian, pemerintah Indonesia berupaya melakukan perlindungan hukum terhadap pemilik merek. Dengan diterbitkannya Undang-Undang no 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang berlaku saat ini, sistem perlindungan merek yang berlaku telah berubah dari deklaratif menjadi konstitutif atau first to file. Dimana hak atas merek diperoleh berdasarkan pendaftaran dimana pendaftaran merupakan suatu kewajiban sehingga perlindungan merek ini dilakukan terhadap merek yang pertama kali didaftarkan oleh pemiliknya. Sehingga dengan diubahnya sistem perlindungan merek menjadi first to file, lebih menjamin kepastian hukum bagi pemilik hak atas merek.

Salah satu upaya pemerintah dalam melindungi merek dengan system first to file ini juga dapat dilihat dapat ketentuan Pasal 21 Ayat (1) a : “Permohonan ditolak jika Merek tersebut mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan: Merek terdaftar milik pihak lain atau dimohonkan lebih dahulu oleh pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis”. Melalui Pasal tersebut pemerintah telah memberikan perlindungan hukum secara otomatis terhadap pemilik merek terdaftar agar mereknya tidak ditiru pihak lain, melalui penolakan pendaftaran terhadap merek yang memiliki persamaan pada pokoknya maupun keseluruhannya. Permasalahannya saat ini, meskipun UU Merek di Indonesia telah menggunakan first to file principle dalam perlindungan merek, hal tersebut ternyata tidak menjamin sepenuhnya tidak akan ada merek lain yang serupa.

Salah satu kasusnya adalah kasus PT Gojek Indonesia dan Tokopedia yang belum lama ini melakukan merger, tentu saja bergabungnya dua perusahaan tersebut membuat banyak kesepakatan salah satunya adalah pemilihan Nama Group perusahaan yaitu GoTo, banyak pihak yang menganggap pemilihan nama GoTo sendiri diambil dari nama Gojek dan Tokopedia, lalu sebuah Perusahaan yang bernama PT Terbit Financial Technology melaporkan PT Gojek dan PT Tokopedia kepada Polda Metro Jaya dan Pengadilan Niaga. Dasar hukum laporan tersebut adalah PT Gojek dan PT Tokopedia dianggap telah meniru dan menggunakan nama yang sebelumnya telah dimiliki oleh PT Terbit Financial Technology dan dianggap telah menyebabkan kerugian,

Tentunya apabila dihubungkan dengan teori likelihood of confusion yang dimana dalam teori tersebut menjelaskan standar-standar tentang persamaan pada pokoknya dan atau persamaan pada keseluruhan hal tersebut bisa saja dijadikan dasar dari pengaturan pada system hukum merek di Indonesia.

Berdasarkan uraian diatas, penulis merasa perlu untuk melakukan penelitian hukum ini mengenai pengadaptasian teori likelihood of confusion dalam pengaturan merek di Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk Mengetahui adaptasi likelihood of confusion dalam peraturan perundang-undangan merek di Indonesia yang menjadi standar persamaan pada pokoknya dan untuk mengetahui bagaimana putusan pengadilan dan pertimbangan hakim dalam memutus sengketa merek yang diduga memiliki persamaan pada pokoknya.

B. Metodologi Penelitian

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini bersifat yuridis normatif dengan melakukan penelitian terhadap sumber data sekunder.

Penelitian ini termasuk dalam spesifikasi penelitian deskriptif analitis, yaitu penelitian yang menggambarkan, menguraikan, serta memaparkan dengan jelas berkaitan dengan permasalahan penelitian.

Metode yang akan digunakan dalam penelitian adalah bersifat studi kepustakaan

(Library Research) yang dilakukan terhadap data sekunder yang terdiri dari bahan-bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier

Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif, yaitu hasil analisis akan menggambarkan kenyataan-kenyataan yang ada berdasarkan hasil penelitian dan data yang telah dikumpulkan ke dalam kalimat sistematis yang akan mudah dipahami.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Adaptasi *Likelihood of Confusion* dalam Undang-Undang Merek Indonesia

Likelihood of confusion dalam Undang-Undang Merek di Indonesia diterminologikan sebagai persamaan pada pokoknya. *Likelihood of Confusion* mulai diadaptasi ke dalam sistem hukum Indonesia melalui Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek. Adaptasi tersebut diatur melalui Penjelasan Pasal 6 Ayat (1). Undang-Undang tersebut kemudian diubah dengan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997, namun tidak mengubah ketentuan mengenai persamaan pada pokoknya. Pada Tahun 2001 Undang-Undang Merek Tahun 1997 diganti dengan Undang-Undang Nomor 15 tahun 2001 tentang Merek. Dalam Undang-Undang Merek Tahun 2001 persamaan pada pokoknya mengalami pergantian definisi yang diatur dalam Pasal 6 Ayat (1). Terakhir Undang-Undang Merek diganti dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis Dimana Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tersebut berlaku hingga saat ini. Dalam UU MIG, ketentuan mengenai persamaan pada pokoknya diatur dalam penjelasan Pasal 21 Ayat (1)

Berdasarkan hasil penelitian penulis, dalam Undang-Undang Merek No.20/2016, penulis menemukan bahwa UU Merek tersebut hanya mengadapatasi sebagian teori *likelihood of confusion* melalui Pasal 21 Ayat (1). UU Merek hanya mengadapatasi 1 dari 3 standar persamaan merek yang diatur dalam teori *likelihood of confusion* menurut Braunise.

UU Merek yang berlaku saat ini hanya mengadapatasi standar *likelihood of confusion* berupa *Mark need not to be identical* atau merek tidak perlu identik secara keseluruhan dibuktikan dengan adanya ketentuan Pasal 21 ayat (1) yang membedakan persamaan pada pokoknya dan persamaan secara keseluruhan.

Mark need not to be identical diadaptasi dalam UU Merek sebab pertama UU Merek yang berlaku saat ini membedakan ketentuan mengenai persamaan pada pokoknya dengan persamaan pada keseluruhannya sebagaimana diatur dalam Pasal 21 ayat (1). Dimana bunyi pasalnya :

“Permohonan ditolak jika Merek tersebut mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan : “

Persamaan sendiri dalam KBBI, diartikan sebagai keadaan yang sama atau serupa. Melalui bunyi pasal tersebut penulis menganalisis bahwa UU Merek ini menetapkan bahwa persamaan itu terbagi menjadi 2 yaitu persamaan yang tidak identik secara keseluruhan. Dimana tidak identik secara keseluruhan ini adalah persamaan pada pokoknya, dengan standar bahwa jika hanya ada 1 tanda saja pada merek yang memiliki persamaan makna sudah dapat dikatakan sebagai persamaan pada pokoknya. Standar *likelihood need not confuse all consumers* tidak diadaptasi dalam UU Merek. Tidak ada satu ketentuan pun yang berhubungan dengan standar tersebut Artinya UU Merek ini tidak menegaskan bahwa apakah persamaan pada pokoknya harus membingungkan seluruh konsumen atau tidak perlu membingungkan seluruh konsumen. Berhubungan dengan standar *goods need not to competing*, standar ini tidak diadaptasi dalam UU Merek. UU Merek mengatur lain mengenai barang dan/atau jasa yang memiliki persamaan pada pokoknya.

Penulis juga menganalisis bahwa *likelihood of confusion* yang tidak diadaptasi secara keseluruhan oleh UU Merek yang berlaku akan menimbulkan beberapa dampak negatif dan bahkan bertentangan dengan prinsip-prinsip dari perlindungan merek itu sendiri. Adapun dampak tersebut diantaranya adalah.

1. Menimbulkan ketidakpastian perlindungan hukum. Hal ini bisa terjadi karena UU Merek hanya membatasi perlindungan hukum terhadap persamaan pada pokoknya hanya jika persamaan tersebut terjadi pada barang dan/atau jasa yang sejenis dan bersaing.
2. Persaingan usaha tidak sehat. Dengan tidak di adaptasinya teori mengenai *Goods need*

not to competing (barang tidak harus sama dan bersaing), ini akan menimbulkan persaingan usaha tidak sehat. Merek seharusnya berfungsi sebagai alat untuk mengendalikan persaingan usaha tidak, akan tetapi karena UU Merek tidak mengadaptasi seluruh standar dalam likelihood of confusion, merek tersebut tidak berfungsi sebagaimana mestinya. Persaingan usaha tidak sehat yang akan terjadi dapat berupa penggunaan merek sejenis untuk menarik minat konsumen,

3. Pemilik merek kehilangan nilai ekonomi dan reputasi. Pemilik merek terdaftar sebelumnya akan kehilangan nilai ekonomi dan reputasi dalam masyarakat sebab standar likelihood of confusion tidak diadaptasi seluruhnya dalam UU Merek
4. Bertentangan dengan Pasal 3 UU Merek dan prinsip first to file. Pasal 3 UU Merek telah mengatur bahwa : “Hak atas Merek diperoleh setelah Merek tersebut terdaftar” Artinya UU Merek mengadaptasi prinsip perlindungan merek first to file. Dengan demikian pemilik merek seharusnya mendapatkan perlindungan sejak diterbitkannya sertifikat atas merek tersebut

Analisis Pertimbangan Hakim Terhadap Sengketa Merek “GOTO”

Sengketa merek “GOTO” merupakan jenis sengketa pembatalan merek. Hal ini karena sengketa ini mulai terjadi ketika pemilik merek terdaftar mengajukan gugatan ke pengadilan. PT Terbit Financial Technology menggugat PT Gojek dan PT Tokopedia sebab pihaknya merasa dirugikan dengan adanya nama GOTO yang digunakan oleh kedua perusahaan yang telah merger tersebut. Menariknya lagi merek GoTo sendiri telah mendapatkan perlindungan hukum atau dengan kata lain permohonannya dikabulkan oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual,

Merek GOTO milik PT Terbit Financial Technology logonya diterima DJKI yang ditulis pada 10 Maret 2020 dengan Nomor pendaftaran MID000858218. Kemudian merek GOTO diumumkan pada tanggal 23 Maret 2020. Jangka waktu perlindungan dari merek GOTO sendiri sudah dimulai sejak 10 Maret 2020 - 10 Maret 2030. Merek GOTO milik PT Terbit Financial Technology secara desain memiliki warna dominan hijau tua pucat serta sedikit akses merah putih. Logo tersebut bertuliskan GOTO dengan seluruh huruf kapital serta tanda merah bentuk panah pada huruf ‘O’



Gambar 1. Logo GOTO milik PT Terbit Financial

Sedangkan Merek GoTo milik PT Gojek dan PT Tokopedia memiliki tanda logo merek berwarna hijau stabilo dengan tulisan ‘goto’ dengan keseluruhan huruf kecil, dan antara huruf ‘t’ menyambung dengan huruf ‘o’



Gambar 2. Logo GoTO milik PT Gojek dan PT Tokopedia

Terhadap sengketa tersebut Pengadilan Niaga Jakarta Pusat telah memutuskan melalui Putusan Nomor 71/Pdt.Sus-HKI/Merek/2021/PN Niaga Jkt.Pst. Pengadilan Niaga Jakarta Pusat memutuskan bahwa mengabulkan eksepsi para tergugat mengenai kewenangan mengadili (kompetensi) serta menyatakan bahwa pengadilan niaga tidak berwenang mengadili gugatan

tergugat. Putusan sengketa merek “GOTO” yang diadili oleh Pengadilan Niaga Jakarta Pusat ini tidak terdapat salinan resmi dan juga dalam putusan yang terdapat pada Sistem Informasi Penelusuran Perkara tidak menerangkan pertimbangan hakim atas putusan tersebut.

Padahal seharusnya penyelesaian sengketa secara litigasi akhir putusannya harus dapat diketahui oleh masyarakat secara luas, berbeda dengan penyelesaian sengketa non-litigasi. Selain itu penyelesaian sengketa secara litigasi juga harus terdapat pertimbangan dari hakim berupa alasan dan dasar putusan sebagaimana dimaksud dalam ketentuan Pasal 25 ayat (1) Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2004 tentang Kekuasaan Kehakiman. Bahkan terhadap putusan hakim yang tidak cukup pertimbangan dapat dibatalkan pada tingkat banding atau kasasi.

Putusan Pengadilan Niaga mengenai sengketa merek “GOTO” selain tidak sesuai dengan penyelesaian sengketa secara litigasi, putusan ini juga tidak sesuai dengan teori kewenangan dari Pengadilan Niaga. Kompetensi dari Pengadilan Niaga sendiri adalah terhadap segala sengketa merek berhubungan dengan pendaftaran hingga pelanggaran merek serta seluruh jenis perkara keperdataan berkaitan dengan merek.

Dalam kasus sengketa merek “GOTO” juga penggugat telah salah memasukan beberapa gugatan. Gugatan permohonan berkaitan dengan Keputusan dari Kementerian itu merupakan kewenangan dari PTUN. Hal tersebut karena Keputusan Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual pada dasarnya merupakan keputusan pejabat tata usaha negara, dan jika kemudian keputusan tersebut merugikan, maka gugatannya diajukan ke PTUN. Namun yang menjadi permasalahan, UU Merek 20/2016 yang berlaku saat ini tidak menetapkan mana saja sengketa Keputusan Menteri yang merupakan kewenangan dari PTUN. Hal ini tentunya menimbulkan ketidakpastian hukum bagi pihak yang dirugikan atas Keputusan dari Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual.

Berdasarkan uraian diatas, meskipun penggugat salah memasukan beberapa gugatan, namun masih terdapat gugatan yang menjadi kewenangan Pengadilan Niaga. Analisis penulis terhadap Putusan Nomor Perkara 71/Pdt.Sus-HKI/Merek/2021/PN Niaga Jkt.Pst, hakim telah keliru dalam memutus sengketa merek “GOTO” dengan memutus tidak berwenang untuk mengadili sengketa. Padahal beberapa gugatan yang dimasukan penggugat merupakan persoalan atau gugatan yang menjadi kewenangan Pengadilan Niaga untuk mengadilinya. Seharusnya hakim Pengadilan Niaga tidak memutus tidak berwenang mengadili sengketa karena masalah gugatan dan pelanggaran merek adalah kewenangan Pengadilan Niaga baik berdasarkan UU Merek Nomor 20/2016 maupun berdasarkan teori kompetensi absolut Pengadilan Niaga

terlepas dari putusan hakim yang menyatakan tidak berwenang mengadili baik itu karena gugatan tersebut seharusnya masuk ke PTUN, hakim tetap harus memberikan pertimbangannya dalam memutus perkara. Hal ini karena putusan termasuk pertimbangannya mungkin akan menjadi sumber hukum untuk mengisi kekosongan hukum. Sehingga terlepas gugatan tersebut salah diajukan ke Pengadilan Niaga, bukan alasan untuk hakim Pengadilan Niaga tidak memberikan pertimbangan.

Putusan hakim yang tidak memiliki pertimbangan ini tentunya nantinya tidak akan bisa dijadikan sebagai sumber hukum jika terjadi kekosongan hukum. Padahal putusan hakim ini khususnya bagian pertimbangan, sangat penting dalam suatu sistem hukum, jika terjadi kekosongan hukum. hakim lainnya dapat memutus berdasarkan putusan terdahulu yang telah dijadikan yurisprudensi. Termasuk juga dalam sengketa kasus merek “GOTO” ini, dimana merek tersebut digunakan terhadap satu jenis kelas barang yang sama, dan sisanya digunakan untuk kelas barang yang berbeda. Kasus sengketa merek ini terbilang sengketa merek yang berbeda, sehingga memang diperlukan pertimbangan hakim dalam memutus sengketa tersebut.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Hanya satu dari ketiga standar-standar pada Teori *likelihood of confusion* yang telah diadaptasi oleh sistem hukum merek di Indonesia tentang persamaan pada pokoknya,

yaitu mark need not to be identical atau merek tidak perlu identik secara keseluruhan sedangkan standar goods need not to competing dan need not confuse all consumer atau barang tidak perlu sama bersaing dan tidak harus membingungkan seluruh konsumen tidaklah didaptasi dalam system hukum kita. Tentunya hal tersebut akan membuat ketidakpastian hukum bagi para pemilik merek yang sebelumnya telah lebih dahulu mendaftarkan merek nya dan akan menjadi celah bagi para pengguna merek yang memiliki itikad tidak baik untuk menggunakan merek yang sebelumnya telah terdaftar akan tetapi digunakan untuk kelas barang yang berbeda.

2. Putusan hakim dalam perkara sengketa merek GOTO vs goto memiliki kekeliruan didalam nya, hal ini dapat diketahui dari putusan yang menyatakan bahwa Pengadilan Niaga tidak berwenang untuk memutus perkara ini sedangkan tidak semua petitum dari penggugat bukan kewenangan dari Pengadilan Niaga, dan juga hakim tidak memberikan pertimbangan nya didalam putusan tersebut. Tentu saja hal tersebut merupakan suatu ketidakpastian hukum apalagi sudah diketahui bahwa GOTO dari PT Terbit Finansial Technology sudah memiliki sertifikat yang dikeluarkan oleh Kementerian Hukum dan HAM..

Acknowledge

Prof. Dr. Hj. Neni Sri Imaniyati S.H., M.H. yang telah memberikan saran dan masukan terhadap penelitian ini. Ibu Hj Tatty Aryani Ramli S.H., M.H yang dengan tulus dan sabar membantu serta membimbing penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. Ibu Hj. Liya Sukma Muliya, S.H.,M.H. selaku Dosen Wali. Para Dosen Fakultas Hukum Universitas Islam Bandung. Teman dan sahabat yang telah membantu yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Dan semua pihak yang membantu dalam pengerjaan penelitian ini yang tidak dapat disebutkan satu-persatu. Dengan rasa syukur, semoga Allah senantiasa membalas kebaikan-kebaikan yang telah diberikan kepada penulis.

Daftar Pustaka

- [1] Ok Saidin, “Perlindungan Hukum Hak Kekayaan Intelektual Bidang Paten”, Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum Qisti, Vol. 6, No.1, 2012, Hlm. 67
- [2] Muhammad Djumhana, Hak Milik Intelektual : Sejarah Teori dan Praktiknya di Indonesia, Cetakan Ke Empat, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2014, Hlm.209-210.
- [3] Ranti Fauza Mayana, Hukum Merek (Perkembangan Aktual Perlindungan Merek dalam Konteks Ekonomi Kreatif Di Era digital), Refika Aditama, Bandung, 2021, Hlm. 47.
- [4] Tria Sutrisna, Ketika Gojek dan Tokopedia Diperkarakan karena Pakai Merek GoTo yang Sudah Banyak Digunakan. <https://megapolitan.kompas.com/read/2021/11/10/10230971/ketika-gojek-dan-tokopedia-diperkarakan-karena-pakai-merek-goto-yang?page=all> Diakses tanggal 6 Februari 2022
- [5] Rahmi Jened, Hukum Merek (Trademark Law) Dalam Era Globalisasi dan Integrasi Ekonomi, Cetakan Pertama, Kencana, Jakarta, 2015
- [6] Sudarsono, “Harmonisasi Penyelesaian Sengketa Merek di Pengadilan Tata Usaha Negara dan Pengadilan Niaga”, Jurnal Rechtsvinding, Vol.7, No. 1, 2018.
- [7] Fandi Permana, PT Terbit Financial Technology Tanggapi Kemenkumham Kabulkan Permohonan Gojek Gunakan Merek Goto, <https://m.tribunnews.com/nasional/2022/03/09/pt-terbit-financial-technology-tanggapi-kemenkumham-kabulkan-permohonan-gojek-gunakan-merek-goto?page=all>
- [8] Ignacio Geordi Oswaldo, Ini Profil PT Terbit Financial Technology, yang Gugat GoTo Rp 2 T <https://finance.detik.com/fintech/d-5803469/ini-profil-pt-terbit-financial-technology-yang-gugat-goto-rp-2-t>
- [9] Putusan Pengadilan Niaga Jakarta Pusat Nomor Perkara 71/Pdt.Sus-HKI/Merek/2021/PN Niaga Jkt.Pst.