

ABSTRAK

Hak kekayaan intelektual (HKI) merupakan hak yang diberikan untuk memberikan perlindungan hukum terhadap kekayaan intelektual. HKI memiliki beberapa jenis, salah satunya merek. Merek merupakan suatu tanda yang membedakan produk barang dan/atau jasa dari suatu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Berdasarkan Pasal 21 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, permohonan merek dapat ditolak apabila memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya. Namun, terdapat fenomena beberapa merek terdaftar yang masih memiliki persamaan, baik persamaan pokok maupun persamaan keseluruhan. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti penerapan daya pembeda merek terdaftar Holycow yang dimiliki oleh orang yang berbeda berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan normatif dengan meneliti bahan hukum primer, sekunder, dan tersier dari hasil studi kepustakaan. Kemudian dianalisis dengan metode kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga merek Holycow tidak memenuhi unsur daya pembeda sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016. Selain itu, dari adanya penggunaan beberapa merek terdaftar Holycow dengan pemilik berbeda menimbulkan kebingungan masyarakat sehingga fungsi merek sebagai daya pembeda tidak berlaku secara efektif. Oleh karena itu, diperlukan peran Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual sebagai pihak yang berwenang untuk untuk menentukan dan memutuskan pihak mana yang paling tepat sebagai pemegang hak eksklusif.

Kata kunci: merek terdaftar, holycow, perlindungan merek.

ABSTRACT

Intellectual property rights (IPR) are rights granted to provide legal protection to intellectual property. IPR has several types, one of which is a trademark. Trademark is a sign that distinguishes goods and/or services from a company with other companies. Based on Article 21 paragraph (1) of the Law Number 20 of 2016 on Trademarks and Geographical Indications, a trademark application can be rejected, if it has similarities in essence or in its entirety. However, there is a phenomenon of several registered trademarks that still have similarities both principal and overall similarities. This research aims to examine the application of the distinguishing power of Holycow registered trademarks owned by different persons based on the Law Number 20 of 2016 on Trademarks and Geographical Indications. This research uses a normative approach method by examining primary, secondary, and tertiary legal materials from literature studies. Then analyzed with a qualitative method. The results showed that the three Holycow brands did not fulfill the element of distinguishing power in accordance with Law Number 20 of 2016. In addition, the use of several Holycow registered trademarks with different owners causes public confusion so that the function of the trademark as a distinguishing power does not apply effectively. Therefore, the role of the Directorate General of Intellectual Property as the authorized party is needed to determine and decide which party is the most appropriate as the exclusive rights holder.

Keywords: registered mark, holycow, trademark protection.