

ABSTRAK

Merek memiliki fungsi penting sebagai identitas dan pembeda suatu produk atau jasa dari pelaku usaha tertentu. Dalam dunia perdagangan modern, merek terkenal menjadi aset yang bernilai tinggi dan rentan terhadap pelanggaran, salah satunya berupa pendaftaran merek oleh pihak lain yang tidak beritikad baik (*bad faith*). Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari seberapa efektif Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 mengenai Merek dan Indikasi Geografis dalam melindungi merek-merek yang sudah terkenal, khususnya dalam kasus sengketa antara PT BYD, pemilik merek terkenal “DENZA”, dan PT WNA sebagai pihak pendaftar merek di Indonesia. Metode penelitian dalam penelitian ini adalah yuridis normatif, dengan pendekatan berupa perundang-undangan dan studi kasus. Data diperoleh melalui studi pustaka, peraturan perundang-undangan, dokumen putusan, serta literatur terkait perlindungan hukum terhadap merek terkenal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 telah mengatur perlindungan terhadap merek terkenal melalui ketentuan Pasal 21 ayat (1) huruf b dan c, namun dalam praktiknya masih terdapat tantangan dalam pembuktian status "terkenal" dari sebuah merek serta adanya celah hukum yang dimanfaatkan oleh pihak-pihak yang beritikad tidak baik. Berdasarkan hasil penelitian, perlindungan terhadap merek terkenal dalam sistem hukum Indonesia telah memiliki dasar hukum yang kuat, namun efektivitas implementasinya masih tergantung pada kualitas pembuktian, peran Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, serta konsistensi putusan pengadilan. Oleh karena itu, perlu penguatan instrumen hukum dan peningkatan pemahaman aparat penegak hukum terhadap karakteristik merek terkenal secara internasional.

Kata kunci: Merek Terkenal, Perlindungan Merek, Undang-Undang Merek