# ABSTRAK

## PERLINDUNGAN HAK ATAS MEREK PRODUK *STREETWEAR* JAKARTA VS EVERYBODY DITINJAU MENURUT UNDANG UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS

Merek sebagai Hak Atas Kekayaan Intelektual pada dasarnnya ialah tanda untuk mengidentifikasi asal barang dan jasa dari seseorang atau suatu perusahaan dari pihak lain. Merek merupakan ujung tombak bagi perdagangan barang dan jasa. Melalui merek, pengusaha dapat menjaga dan memberikan jaminan kualitas barang atau jasa yang dihasilkan dan mencegah adanya tindakan persaingan yang tidak jujur dari pengusaha lain yang bermaksud membonceng reputasinya. Seiring pesatnya perkembangan ekonomi telah melahirkan berbagai jenis barang dan jasa yang diproduksi oleh berbagai macam produsen dengan keahliannya masing-masing.Tujuan dari pemakaian merek adalah untuk memantapkan pertanggungjawaban dari pihak produsen atas mutu serta kualitas barang yang diperdagangkan. Juga, dimaksudkan untuk mengawasi batas-batas territorial perdagangan suatu jenis barang. Suatu merek dapat membentuk *brand image* dan hal tersebut sangat mempengaruhi minat konsumen dalam menggunakan suatu produk.

Berdasarkan ketentuan tersebut diambil rumusan masalah, yaitu bagaimana perlindungan hokum pendaftaran hak atas merek *brand streetwear* Jakarta Vs Everybody yang terduga kuat terinspirasi dari *brand* Detroit Vs Everybody. Bagaimana pengaturan hak atas merek terhadap perkembangan *streetwear* apabila terindikasi persamaan pada pokoknya terhadap *brand* luar negeri.

Metode pendekatan yang digunakan dala m penelitian ini adalah dengan metode penelitian normatif. Dimana penelitian ini ditujukan kepada pendekatan Undang-Undang dengan menelaah Undang-Undang dan regulasi yang berkaitan dengan isu hokum yang diteliti. Penulis akan menarik azaz-azaz hokum yang dapat dilakukan terhadap hokum positif tertulis maupun tidak tertulis dan melakukan penafsiran dan interpretasi komparatif, untuk mencari penafsiran dan perbandingan.

Hasil penelitian yang dilakukan dimana, implementasi pendaftaran merek di Indonesia belum maksimal, dimana masih belum adanya standart peninjauan terhadap merek terkenal dan belum adanya kriterian persamaan pada pokoknya yang mengatur layak atau tidaknya suatu merek yang akan didaftarkan. Industri perdagangan di Indonesia berkembang sangatlah pesat. Terutama di bidang *fashion,* akan tetapi kemajuan ini tidak diiringi dengan perlindungan hukum yang jelas. Banyak merek di Indonesia yang terinsipirasi dari merek yang ada di luar negeri, termasuk *culture streetwear*, selain itu dapat ditarik kembali apabila Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual kurang teliti dalam hal meninjau pendaftaran merek. Saran maka agar pemerintah dapat segera membuat aturan yang mengatur lebih jelas terkait persamaan pada pokokonya, agar tidak terjadi kekosongan hukum dan memberikan kepastian hukum bagi pendaftar merek di Indonesia.

.


Kata kunci : Merek, Persamaan Pada Pokoknya, Hak Eksklusif

## ABSTRACT

### PROTECTION OF THE RIGHT TO BRAND STREETWEAR PRODUCTS JAKARTA VS EVERYBODY VIEWED BY LAW NUMBER 20 OF 2016 CONCERNING BRAND AND GEOGRAPHIC INDICATION

*Trademark as Intellectual Property Rights is basically a sign to identify the origin of goods and services from someone or a company from another party. The brand is the spearhead for the trade in goods and services. Through brands, entrepreneurs can maintain and guarantee the quality of goods or services produced and prevent unfair competition from other entrepreneurs who intend to piggyback their reputation. Along with the rapid development of the economy has given birth to various types of goods and services produced by various types of producers with their respective expertise. The purpose of using the brand is to establish accountability from the manufacturer for the quality and quality of traded goods. Also, it is intended to oversee the territorial boundaries of the trade of certain types of goods. A brand can form a brand image and it greatly affects consumer interest in using a product.*

*Based on these provisions, the problem formulation was taken, namely how the legal protection of the registration of rights to the streetwear brand Jakarta Vs Everybody that was allegedly strongly inspired by the Detroit Vs Everybody brand. What is the regulation of brand rights on the development of streetwear if there are indications of equality in principle with foreign brands.*

*The method used in this study is the normative research method. Where this research is aimed at approaching the Law by examining the Law and regulations relating to the legal issues under study. The author will draw the principles of law that can be done against positive written and unwritten laws and make interpretations and comparative interpretations, to look for interpretations and comparisons.*

*The results of research conducted in which, the implementation of trademark registration in Indonesia has not been maximized, where there is still no standard review of well-known brands and there is no criterion of equality in principle that regulates whether or not a trademark will be registered. The trade industry in Indonesia is developing very rapidly. Especially in the fashion sector, but this progress is not accompanied by clear legal protections. Many brands in Indonesia are inspired by brands that exist abroad, including streetwear culture, but can also be withdrawn if the Directorate General of Intellectual Property is not careful in reviewing trademark registration. Suggestions are that the government can immediately make rules that regulate more clearly related equality in its principal, so that there is no legal vacuum and provide legal certainty for trademark registrants in Indonesia.*



*Keywords: Trademark, Equality Anyway, Exclusive Rights*