

ABSTRAK

Merek memiliki peran yang sangat penting dalam dunia perdagangan, karena merek digunakan untuk membedakan asal usul mengenai produk barang dan jasa, sehingga merek harus mempunyai daya pembeda untuk mencegah dari terjadinya sengketa. Perlindungan merek diberikan kepada merek yang telah didaftarkan. Merek terkenal juga harus bergerak aktif dalam melindungi mereknya dengan cara mendaftarkan mereknya apalagi yang sudah melewati batas negara, karena kerap terjadi manakala merek terkenal lalai belum didaftarkan oleh pemiliknya, merek yang bersangkutan telah didaftarkan terlebih dahulu oleh pihak lain sehingga pihak lain tersebut memperoleh hak atas merek. Adapun dalam skripsi ini akan dibahas tentang bagaimana perlindungan hukum bagi pemilik merek terdaftar yang mengandung unsur persamaan pada pokoknya berdasarkan undang-undang merek dan apakah yang menjadi pokok perkara dan pendapat hakim pengadilan niaga Jakarta pusat menolak gugatan merek Caberg SpA. Metode penelitian yang dipakai dalam penulisan skripsi ini adalah metode penelitian yuridis-normatif dan spesifikasi penelitian deskriptif analitis dimana bahan hukum primer yang digunakan meliputi Putusan Pengadilan Niaga Nomor 6/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst. serta Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa perlindungan hukum terhadap merek terdaftar yang mengandung unsur persamaan pada pokoknya menurut undang-undang merek dilakukan sistem yang dianut di Indonesia adalah pendaftar pertama yang akan dilindungi, maksud pendaftar pertama ini ialah pendaftar pertama dengan itikad baik dan perlindungan juga dalam bentuk Preventif dan Represif. Pendapat hakim dalam pertimbangan hukum Putusan Pengadilan Niaga Nomor 6/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst. menolak gugatan Penggugat kurang sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Ketidaksesuaian hakim menentukan persamaan pada pokoknya dan hakim tidak melihat itikad tidak baik serta hakim keliru dalam memahami kriteria keterkenalan merek.

Kata Kunci : Merek, Itikad Baik, Sengketa, dan Merek Terkenal

ABSTRACT

Trademarks have a very important role in the world of trade, because brands are used to distinguish the origin of goods and services, so brands must have distinguishing power to prevent disputes from occurring. Trademark protection is granted to registered trademarks. Well-known marks must also be active in protecting their marks by registering their trademarks, especially those that have crossed national borders, because it often happens when a well-known mark is negligent and has not been registered by the owner, the mark in question has been registered first by another party so that the other party obtains the right to the mark. As for in this thesis, it will be discussed about how the legal protection for registered mark owners which contains element of equality are basically based on the trademark law and what is the subject of the case and the opinion of the judges of the Central Jakarta commercial court rejecting the Caberg SpA trademark lawsuit. The research method used in writing this thesis is a juridical-normative research method and descriptive analytical research specifications where the primary legal materials used include the Commercial Court Decision Number 6/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst. and Law Number 20 of 2016 concerning Marks and Geographical Indications. The result of this study indicate that the legal protection of registered trademarks containing elements of equality in principle according to the trademark law is carried out the system adopted in Indonesia is the first registrant to be protected, the purpose of this first registrant in good faith and protection is also in the form of Preventif and Repressive. The judge's opinion in the legal considerations of the Commercial Court Decision Number 6/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst. rejecting the Plaintiff's lawsuit is not in accordance with Law Number 20 of 2016 concerning Marks and Geographical Indications. The judge's discrepancy determines the similarities in essence and the judge does not see the bad faith and the judge is wrong in understanding the criteria for brand recognition.

Keywords : Brand, Good Faith, Dispute, and Famous Brand.