

ABSTRAK

Merek adalah istilah yang digunakan untuk merujuk pada identitas atau nama yang digunakan oleh suatu perusahaan atau individu untuk membedakan produk atau layanan Mereka dari pesaing. Merek biasanya terdiri dari elemen-elemen seperti nama, logo, simbol, desain, atau slogan. Fungsi utama Merek meliputi identifikasi, citra dan reputasi, loyalitas, pemasaran dan diferensiasi, serta nilai jangka panjang. Merek yang sudah terdaftar akan mendapatkan sertifikat bagi pemilik Merek tersebut yang diterbitkan oleh menteri sejak Merek tersebut terdaftar.

Produk makanan yang belum didaftarkan pada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, seperti contohnya pempek Haryaka, yang sudah banyak konsumen percaya dan mengkonsumsi pempek. Pempek Haryaka baru diajukan permohonan pendaftaran Mereknya, sehingga rentan terhadap pemalsuan dan peniruan produknya yang mempunyai ciri khas yang membedakan dari usaha pempek lainnya. Pada penelitian ini berfokus pada kewajiban dan hak pemilik Merek dalam pendaftaran Merek sebagai bentuk perlindungan hukum dan akibat hukum pemilik Merek yang tidak melaksanakan pendaftaran Merek.

Metode pendekatan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan yuridis normatif, yakni penelitian hukum kepustakaan yang dilakukan dengan cara meneliti bahan-bahan pustaka. Objek yang dianalisis dengan pendekatan yang bersifat kualitatif adalah metode penelitian yang mengacu pada norma-norma hukum yang terdapat dalam peraturan perundang-undangan.

Hasil penelitian hak dan kewajiban pemilik merek telah ada pada saat proses permohonan pendaftaran merek di DJKI. Hak eksklusif pemilik merek itu sendiri lahir saat pendaftaran diterima dengan bukti sertifikat merek, hak ini mencakup pencegahan terhadap pihak lain yang menggunakan merek yang sama atau mirip tanpa izin. Untuk menjaga haknya, pemilik Merek berkewajiban menggunakan mereknya secara komersial dalam perdagangan dan memperpanjang perlindungan Merek setiap 10 tahun. Pemilik juga wajib melaporkan perubahan data kepemilikan ke DJKI untuk memastikan validitas sertifikat. Tidak mendaftarkan Merek akan meningkatkan risiko terjadinya sengketa hukum, seperti *brand hijacking* dan pemilik asli merek tidak dapat mengajukan gugatan karena tidak memiliki bukti kepemilikan resmi dalam bentuk sertifikat merek. Perlindungan hukum hak atas Merek akan dimiliki oleh pemilik usaha yang pertama kali mendaftarkan Merek, sehingga pelaku usaha lain yang akan mengajukan permohonan untuk mendaftarkan Merek yang sama tidak akan diterima.

Kata Kunci : Merek, Pendaftaran, Perlindungan Hukum

ABSTRACT

A brand is a term used to refer to the identity or name used by a company or individual to distinguish their products or services from competitors. A brand typically consists of elements such as a name, logo, symbol, design, or slogan. The main functions of a brand include identification, image and reputation, loyalty, marketing and differentiation, as well as long-term value. A registered brand will receive a certificate for the brand holder, issued by the Minister, once the brand is registered.

Food products that have not been registered with the Directorate General of Intellectual Property, such as pempek Haryaka, which has already trusted and widely consumed. Pempek Haryaka has just been applied for, making it vulnerable to counterfeiting and imitation of its distinctive features that set it apart from other pempek businesses. This research focuses on the rights and obligations of brand owners in brand registration process as a form of legal protection, as well as the legal consequences for brand owners who do not register their brands.

The research method used in this study is a normative juridical approach, which is library-based legal research conducted by examining legal literature. The object of analysis with a qualitative approach is research that refers to the legal norms found in regulations and legislation.

The results of the study show that the rights and obligations of brand owners are established at the time of the brand registration application process at the Directorate General of Intellectual Property (DJKI). The exclusive rights of the brand owner arise when the registration is accepted, evidenced by the brand certificate. This right includes preventing others from using the same or similar brand without permission. To maintain these rights, the brand owner is obligated to use the brand commercially in trade and renew the brand protection every 10 years. The brand owner is also required to report any changes in ownership data to DJKI to ensure the validity of the certificate. Failing to register a brand increases the risk of legal disputes, such as brand hijacking, and the original brand owner cannot file a lawsuit because they do not have official ownership evidence in the form of a brand certificate. Legal protection for brand rights will be granted to the business owner who first registers the brand, meaning that other entrepreneurs applying to register the same brand will be rejected.

Keywords: Brand, Registration, Legal Protection