ABSTRAK

Perlindungan merek diIndoneisaa diatur dalam UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, menggantikan peraturan sebelumnya yaitu UU No. 15 Tahun 2001 tentang Merek. Bedasarkan daftar sengketa dalam direktori putusan Mahkamah Agung, terdapat ratusan sengketa merek sejak tahun 2001 hingga kini, baik pada tingkat pertama, kasasi, dan peninjauan kembali. Perlindungan persamaan merek pada pokoknya belum sepenuhnya terjangkau oleh UU No. 15 Tahun 2001, sehingga dapat menimpulkan malasnya investor asing untuk menanamkan modal atau mendistribusikan produknya di Indoneisa, sehingga dapat mengurangi pendapatan Negara.

Tujuan penulisan ini untuk mengetahui bagaimana dampak Putusan Peninjauan Kembali No. 167 PK/Pdt.Sus- HKI/2018 antara merek KEEN Amerika Serikat dengan KEEN Indonesia yang dimenangkan oleh KEEN Indoneisa dalam putusan peninjauan kembali, padahal KEEN Amerika Serikat adalah merek terkenal dan berdiri lebih dulu sebelum KEEN Indoneisa ada.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah yuridis normative yaitu dengan mengkaji peraturan perundang- undangan, teori- teori hukum dan yurisprudensi yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas.Hasil penelitian menunjukkan dampak putusan yang diberikan Putusan Pengadilan No. 167 PK/Pdt.Sus- HKI/2018 berbahaya bagi penurunan investasi asing dan etika dalam pergaulan internasional di Indoneisa, juga multi tafsirnya peraturan tentang Merek sehingga peran Majelis Hakim dalam memutus sengketa merek persamaan pada pokoknya sangatlah penting.

Rekomendasi dari hasil penelitian ini yaitu perlunya perbaikan hukum tentang Merek, meskipun UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis lebih sempurna dari UU No 15 Tahun 2001 tentang Merek, namun sengketa persamaan pada pokoknya tetap terjadi sejak UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, maka hal ini perlu diperbaiki agar nama Indonesia tidak dipandang jelek oleh dunia internasinoal khususnya dibidang Hak Kekayaan Intelektual.

Kata Kunci : *Merek, Perlindungan Merek, Persamaan Pada Pokoknya, Sengketa , Merek, Hak Kekayaan Intelektual.*

ABSTRACT

Brand protection in Indonesia is regulated in Law No. 20 of 2016 concerning Brand and Geographical Indications, replacing the previous regulation namely Law No. 15 of 2001 concerning Brands. Based on the list of disputes in the Supreme Court's ruling directory, there have been hundreds of trademark disputes since 2001 to the present, both at the first level, cassation and reconsideration. Protection of brand equality is not yet fully covered by Law No. 15 of 2001, so as to conclude the laziness of foreign investors to invest or distribute their products in Indonesia, so that it can reduce the country's income. The purpose of this paper is to find out how the Impact of Judicial Review No. 167 PK / Pdt.Sus-HKI / 2018 between the United States KEEN brand and Indonesian KEEN won by Indonesian KEEN in the review decision, even though the United States KEEN is a well-known brand and stood before the Indonesian KEEN.

The method used in this study is normative jurisdiction that is by reviewing the laws and regulations, legal theories and jurisprudence related to the issues discussed. The research results show the impact of the decision given by Court Decision No. 167 PK / Pdt.Sus-HKI / 2018 is dangerous for the decline of foreign investment and ethics in international relations in Indonesia, as well as multiple interpretations of trademarks so that the role of the Panel of Judges in deciding on trademark disputes on equality is very important.

Recommendations from the results of this study are the need for legal improvement on Trademarks, despite Law No. 20 of 2016 concerning Trademarks and Geographical Indications is more perfect than Law No 15 of 2001 concerning Trademarks, but the dispute over equality has remained mainly since Law No. 20 of 2016 concerning Brands and Geographical Indications, then this needs to be corrected so that the name of Indonesia is not seen badly by the international world especially in the field of Intellectual Property Rights.

Keywords: *Brand, Brand Protection, Equality in Principle, Brand Dispute, Intellectual Property Rights.*