

ABSTRAK

Terkenalnya suatu merek dapat memicu tindakan-tindakan pelanggaran merek baik yang berskala nasional maupun internasional. Penggunaan merek khususnya merek terkenal tanpa izin dari pemilik merek sangat merugikan bagi pemilik merek terdaftar yang sebenarnya. Adapun permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah Bagaimana perlindungan hukum bagi pemilik merek terkenal yang mengalami persamaan pada merek berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis serta bagaimana Pertimbangan Majelis Hakim dalam Perkara Putusan Nomor 332 K/Pdt.Sus-HKI/2021. Di dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perlindungan hukum bagi pemilik merek terkenal yang mengalami persamaan pada merek berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis dan untuk mengetahui Pertimbangan Majelis Hakim dalam Perkara Putusan Nomor 332 K/Pdt.Sus-HKI/2021. Metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan yuridis normatif adalah menganalisis Putusan Mahkamah Agung Nomor 332 K/Pdt.Sus-HKI/2021 mengenai sengketa merek terkenal Formula Strong dengan Pepsodent Strong. Hasil penelitian ini bahwa Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis memberikan perlindungan hukum bagi pemilik merek terkenal yang mengalami persamaan pada merek, namun masih diperlukan upaya lebih lanjut untuk memperbaiki implementasi mekanisme perlindungan tersebut agar lebih efektif dalam melindungi hak-hak pemilik merek terkenal dan Pertimbangan Hakim Mahkamah Agung dalam Perkara Putusan Nomor 332 K/Pdt.Sus-HKI/2021 menyatakan bahwa PT. Unilever Indonesia, Tbk. dengan merek pasta gigi PEPSODENT STRONG 12 JAM dinyatakan tidak memiliki persamaan pada merek atau pokoknya dengan merek pasta gigi STRONG milik Hardwood Privated Limited.

Kata Kunci : Perlindungan Hukum, Merek Terkenal, Persamaan Pada Merek.

ABSTRACT

The well-known brand name can trigger acts of trademark infringement on a national or international scale. The use of a brand, especially a well-known brand without permission from the brand owner, is very detrimental to the actual owner of the registered mark. The issues raised in this research are How is the legal protection for famous brand owners who experience brand similarities based on Law Number 20 of 2016 Concerning Merck and Geographical Indications and what are the Considerations of the Panel of Judges in the Decision Case Number 332 K. Pdt Sus-HKI 2021 This research aims to determine legal protection for famous brand owners who experience brand similarities based on Law Number 20 of 2016 concerning Trademarks and Geographical Indications and to find out the Considerations of the Panel of Judges in Case Decision Number 332 K Pdt.Sus-HKI 2021 A qualitative research method using a normative juridical approach is to analyze the Supreme Court Decision Number 332 K Pdt Sus-HKI 2001 regarding the famous Formula Strong brand dispute with Pepsodent Strong. The results of this study are that Law Number 20 of 2016 concerning Trademarks and Geographical Indications provides legal protection for owners of well-known brands who experience similarities to brands, but further efforts are still needed to improve the implementation of these protection mechanisms so that they are more effective in protecting the owner's rights. well-known brands and considerations of judges of the Supreme Court in Case Decision Number 332 K Pdr Sus-HKI 2001 stated that PT Unilever Indonesia. Tok, with the brand of toothpaste, PEPSODENT STRONG 12 JAM is stated to have no similarities in brand or principal with the STRONG toothpaste brand owned by Hardwood Private Limited.

Keyword : Legal Protection, Famous Brands, Brand Similarities.