

TINJAUAN YURIDIS TERHADAP MEREK TERDAFTAR YANG MENJADI MEREK GENERIK MENURUT PASAL 22 UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS

Sang Putu Widya Artawan

Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email : sangputuwidyaartawan@gmail.com

Abstract

A brand is a sign that can be displayed graphically in the form of an image, logo, name, word, letter, number, color arrangement, in the form of 2 (two) dimensions and/or 3 (three) dimensions, sound, hologram, or a combination of 2 (two) dimensions.) or more of these elements to distinguish goods and/or services produced by persons or legal entities in the activities of trading goods and/or services. The problems discussed in this thesis are about the application of Article 22 of Law no. 20 of 2016 concerning Marks and Geographical Indications which have the meaning of bias and multiple interpretations (multi-interpretation) in making a mark to be registered.

The method used in this research is normative legal research with a law approach and a case approach. The type of data used is secondary data consisting of primary, secondary and tertiary legal data. The data collection technique is literature study. The data that has been obtained is then analyzed qualitatively to obtain descriptive writing results.

The existence of vague norms related to the application of the article mentioned above which in the end creates problems related to registration and rejection of marks as well as geographical indications. Where the problem that arises is the number of registrations of the same trademark, legally registered on the intellectual property database website belonging to the Directorate General of Intellectual Property of the Ministry of Law and Human Rights of the Republic of Indonesia, which in the future causes disputes between registrants, causing material, psychological and good name losses of individuals or business entities.

Keywords: Intellectual Property Rights, Brand Protection.

Abstrak

Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa. Permasalahan yang dibahas dalam skripsi ini yaitu tentang penerapan pasal 22 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis yang memiliki makna bias dan banyak penafsiran (multitafsir) dalam membuat sebuah merek yang akan didaftarkan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian hukum normatif dengan pendekatan Undang-Undang dan pendekatan kasus. Jenis data yang dipakai adalah data sekunder yang terdiri dari data hukum primer, sekunder dan tersier. Teknik pengumpulan data yaitu dengan studi kepustakaan. Data yang

telah diperoleh selanjutnya dianalisis secara kualitatif untuk mendapatkan hasil penulisan yang bersifat deskriptif.

Adanya norma kabur terkait penerapan pasal tersebut diatas yang pada akhirnya menimbulkan permasalahan terkait pendaftaran dan penolakan merek serta indikasi geografis. Dimana permasalahan yang muncul adalah banyaknya pendaftaran merek yang sama, terdaftar secara legal pada website pangkalan data kekayaan intelektual milik Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual KEMENKUMHAM RI yang dikemudian hari menimbulkan sengketa diantara pendaftar sehingga menimbulkan kerugian baik secara materiil, psikologi dan nama baik perseorangan ataupun badan usaha.

Kata Kunci: **Hak Atas Kekayaan Intelektual, Perlindungan Merek.**

