

**THE WELL-KNOWN TRADEMARK PROTECTION UNDER THE LAW
NUMBER 20 YEAR 2016 REGARDING MARKS AND GEOGRAPHICAL
INDICATIONS**

By:

Rajendra Arif Purba Buana¹ and Irna Nurhayati²

ABSTRACT

Protection of Trademarks as a part of marketing aspect is very important. Whether the inconsistency found in Indonesia's performance in providing legal protection to well-known trademark under the Law Number 15 Year 2001 regarding Trademark can be addressed by the application of the Law Number 20 Year 2016 regarding Trademark and Geographical Indication and its implementing regulation of Governmental Regulation Number 67 Year 2016 regarding Trademark Registration, became the focus of this study.

The method of research is a normative legal research where the analysis relies on secondary data and supported by primary data. The normative sources are used to analyze regarding implementation of Law Number 15 Year 2001, Law Number 20 Year 2016 as well as Governmental Regulation Number 67 Year 2016 in Indonesia, meanwhile the empirical source is used to support such analysis.

The author finds that the inconsistency of legal protection against trademark in general is not only derived from the lack of detailed arrangements on the definition and criteria of famous trademark and likelihood that can cause confusion to the public but also there is an element of human error, in this case the judge in deciding cases without complying and following the guidelines applied by the Law and Regulation.

**Keywords: Well-known Trademark, Protection, Law Number 15 Year 2001,
Law Number 20 Year 2016, Governmental Regulation Number 67 Year 2016.**

¹ Student of International Undergraduate Program, Faculty of Law, Universitas Gadjah Mada

² Lecturer of the Department of Business Law, Faculty of Law, Universitas Gadjah Mada

PERLINDUNGAN MEREK TERKENAL DALAM UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS

Oleh:

Rajendra Arif Purba Buana³ dan Irna Nurhayati⁴

INTISARI

Perlindungan terhadap Merek Dagang sebagai salah satu bagian dari sarana pemasaran sangatlah penting. Apakah performa Indonesia yang dinilai tidak konsisten dalam memberikan perlindungan hukum terhadap merek-merek terkenal dibawah UU Nomer 15 Tahun 2001 tentang Merek dapat dibenahi oleh diterapkannya UU Nomer 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis beserta peraturan pelaksanaanya yaitu Peraturan Pemerintah Nomer 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek, menjadi fokus utama dalam penelitian ini.

Metode penulisan yang digunakan adalah normatif yang analisisnya sangat bergantung kepada data sekunder dengan didukung oleh data primer. Sumber normatif digunakan untuk menganalisis tentang implementasi UU Nomor 15 Tahun 2001 beserta UU 20 Tahun Nomor 2016 dan Peraturan Pemerintah Nomor 67 Tahun 2016 di Indonesia, sementara sumber empiris digunakan untuk mendukung analisis tersebut.

Penulis menemukan bahwa tidak konsistennya perlindungan hukum terhadap merek bukan hanya berasal dari kurangnya pengaturan yang detail terhadap definisi dan kriteria-kriteria merek terkenal dan kemiripan yang dapat menyesatkan, tetapi juga terdapat unsur kesalahan manusia dalam hal ini hakim dalam memutuskan perkara tanpa mematuhi dan mengikuti pedoman yang diterapkan Undang-Undang.

Kata Kunci: Merek Terkenal, Perlindungan terhadap merek, UU Nomor 15 Tahun 2001, UU Nomor 20 Tahun 2016, Peraturan Pemerintah Nomor 67 Tahun 2016.

³ Mahasiswa Program Internasional, Fakultas Hukum, Universitas Gadjah Mada

⁴ Dosen Bagian Hukum Dagang, Fakultas Hukum, Universitas Gadjah Mada