

ABSTRAK

Era perdagangan global, kendala dalam dunia usaha adalah bahwa dunia usaha tidak mengenal batas (*borderless*), maksudnya pengakuan atas suatu merek barang atau jenis usaha di suatu negara dapat diklaim di negara lain tanpa sepengetahuan pemegang merek yang sah. Oleh karena itu, atas segala ide dan kreativitas harus dilindungi oleh hukum yang tegas. Merek menjadikan objek usaha dikenal dan mudah diingat dibandingkan dengan objek usaha lain baik yang sejenis atau berbeda sama sekali jenisnya. Dengan merek, produk barang atau jasa sejenis dapat dibedakan asal muasalnya, kualitasnya serta keterjaminan bahwa produk itu asli (*original*), karena kadangkala yang membuat suatu barang atau jasa diminati oleh masyarakat bukanlah kualitas atau kepuasan menikmati barang atau jasa, tetapi pada nilai prestise yang dirasakan oleh pengguna merek tersebut. Apabila suatu merek telah menjadi terkenal akan menjadikan merek tersebut sebagai aset atau kekayaan perusahaan yang sangat penting nilainya. Peranan merek menjadi sangat penting, terutama dalam menjaga persaingan usaha yang sehat dengan menjadi pembeda dari suatu produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif yang bersifat kualitatif. Metode penelitian yuridis normatif digunakan untuk meneliti dan mengkaji data sekunder mengenai teori hukum yang berkaitan dengan perlindungan hak merek. Spesifikasi penelitian ini adalah deskriptif analitis, yaitu menggambarkan permasalahan terhadap perlindungan hak atas merek yang dimiliki oleh pemegang merek. Hal tersebut kemudian dibahas atau dianalisis menurut ilmu dan teori-teori yang relevan.

Sebagai seorang hakim, maka ia dianggap sudah mengetahui hukum. Inilah yang dimaksud dari asas hukum *Ius curia novit*. Seorang hakim dituntut untuk dapat menerima dan mengadili berbagai perkara yang diajukan kepadanya. Bahkan seorang hakim dapat dituntut jika menolak sebuah perkara yang diajukan kepadanya. Hal ini juga diatur dalam Pasal 10 ayat 1 Undang-Undang Nomor 48 Tahun 2009 tentang Kekuasaan Kehakiman, yang berbunyi : “Pengadilan dilarang menolak untuk memeriksa, mengadili, memutus suatu perkara yang diajukan dengan dalil hukum tidak ada atau kurang jelas, melainkan wajib untuk memeriksa dan mengadilinya”. Jika seorang hakim tidak dapat menolak sebuah perkara yang belum ada hukumnya atau karena hukumnya yang tidak/kurang jelas, bagaimanakah dia akan mengadili kasus tersebut dan apakah yang menjadi dasar bagi seorang hakim untuk mengadili perkara tersebut. Menurut Pasal 83 Ayat 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis mengatur bahwa: “Pemilik Merek terdaftar dan/atau penerima Lisensi Merek terdaftar dapat mengajukan gugatan terhadap pihak lain yang secara tanpa hak menggunakan Merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya untuk barang dan/atau jasa yang sejenis berupa : gugatan ganti rugi dan/atau penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan Merek tersebut.”

ABSTRACT

The global trade era, the obstacle in the business world is that the business world knows no borders, meaning that the recognition of a brand of goods or types of business in a country can be claimed in other countries without the knowledge of legitimate brand holders. Therefore, for all ideas and creativity must be protected by strict law. Brands make business objects known and easy to remember compared to other business objects, whether they are of the same type or are of different type. With brands, similar products or services can be distinguished from their origin, quality and guarantee that the product is original, because sometimes what makes a product or service attractive to the public is not the quality or satisfaction of enjoying goods or services, but the perceived prestige value by users of the brand. If a brand has become well-known, it will make the brand as an asset or wealth of the company that is very important value. The role of brands is very important, especially in maintaining fair business competition by being a differentiator of a product produced by a company.

This study uses a normative juridical approach that is qualitative in nature. The normative juridical research method is used to examine and review secondary data regarding legal theory relating to the protection of brand rights. The specification of this study is descriptive analytical, which describes the problems with the protection of rights to the brands owned by brand holders. These are then discussed or analyzed according to relevant science and theories.

*As a judge, he is considered to have known the law. This is what is meant by the legal principle of *Ius curia novit*. A judge is required to be able to receive and try various cases submitted to him. Even a judge can be prosecuted if he refuses a case submitted to him. This is also regulated in Article 10 paragraph 1 of Law Number 48 of 2009 concerning Judicial Power, which reads: "Courts are prohibited from refusing to examine, adjudicate, decide on a case filed with legal arguments that are non-existent or unclear, but are obliged to examine and try them". If a judge cannot refuse a case that has no law or because the law is not / unclear, how will he adjudicate the case and whether it is the basis for a judge to try the case. According to Article 83 Paragraph 1 of Law Number 20 Year 2016 concerning Trademarks and Geographical Indications, it regulates that: "Registered Trademark Owners and / or Recipients of Registered Trademarks may file claims against other parties who are unlawfully using Trademarks which have similarities in principle or in whole for similar goods and / or services in the form of : claim for compensation and / or termination of all acts relating to the use of said Mark.*