

## ABSTRAK

### IMPLEMENTASI KRITERIA PERSAMAAN PADA POKOKNYA DALAM KASUS GUGATAN PEMBATALAN MEREK

Persamaan pada pokoknya atau keseluruhan dengan merek terkenal lain untuk barang dan atau jasa yang sejenis dalam pasal 6 ayat (1), (2) huruf b Undang-Undang No 15 Tahun 2001 tentang Merek, kemudian diperluas berdasarkan pasal 6 ayat (2) Undang-undang No 15 Tahun 2001 tentang Merek sehingga ketentuan Pasal 6 ayat (1) tidak hanya berlaku terhadap merek terkenal untuk barang dan/atau jasa yang sejenis akan tetapi juga berlaku untuk barang yang tidak sejenis sepanjang memenuhi persyaratan tertentu. Ketentuan Pasal 6 ayat (2) Undang-undang No 15 Tahun 2001 tentang merek tersebut mengamanatkan dibentuknya peraturan pemerintah. Namun peraturan tersebut belum diterbitkan. Ketiadaan Peraturan Pemerintah tersebut menimbulkan ketidakpastian hukum dalam penerapan mengenai persamaan pokok khususnya bagi merek terkenal tidak sejenis.

Berdasarkan ketentuan tersebut diambil rumusan masalah, yaitu Bagaimana Implementasi kriteria suatu merek mempunyai persamaan pada pokoknya dengan merek terdaftar yang sejenis dan merek terkenal tidak sejenis dalam putusan pengadilan dibandingkan dengan Undang-undang No 15 Tahun 2001 tentang Merek dan Apa akibat hukum bagi Merek yang telah terdaftar namun memiliki Persamaan pokok dengan merek lainnya yang telah terdaftar setelah terjadi putusan pembatalan merek. Metode penelitian yang digunakan adalah metode pendekatan yuridis normatif, spesifikasi penelitian bersifat deskriptif analitis. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder yang berasal dari bahan pustaka, ditambah dengan wawancara untuk memperkuat data sekunder

Berdasarkan hasil penelitian maka implementasi kriteria persamaan pada pokoknya dalam kasus gugatan pembatalan merek menghasilkan putusan yang berbeda cenderung tidak konsisten khususnya bagi merek yang mempunyai persamaan dengan merek terkenal tidak sejenis. Ketidakkonsistenan ini Karena belum dibuatnya peraturan pemerintah yang mengatur lebih lanjut mengenai persamaan pada pokoknya terhadap merek terkenal tidak sejenis sehingga menimbulkan ketidakpastian hukum dan bagi merek yang mempunyai persamaan dengan merek terdaftar lainnya yang sejenis penerapannya sudah sesuai dengan Undang-Undang No 15 Tahun 2001 maupun Yurisprudensi. Dan akibat dari pembatalan Merek yang memiliki persamaan dengan merek lain yang sudah terdaftar terlebih dahulu setelah adanya putusan pengadilan maka isi dari Putusan Pengadilan Niaga tersebut segera disampaikan oleh Panitera kepada Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual setelah tanggal putusan diucapkan kemudian Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual melaksanakan pembatalan pendaftaran merek yang bersangkutan dari Daftar Umum Merek dan mengumumkan dalam Berita Resmi Merek setelah putusan diterima dan mempunyai kekuatan hukum tetap serta memberitahukan kepada kuasa hukum maupun pemilik merek secara tertulis mengenai alasan pembatalan merek dan sejak tanggal pencoretan merek dari Daftar Umum Merek maka sertifikat merek tidak berlaku lagi dan Pembatalan Pendaftaran Merek mengakibatkan juga berakhirnya perlindungan terhadap merek yang bersangkutan. Saran maka agar pemerintah segera membuat Peraturan pemerintah yang mengatur lebih jelas mengenai persamaan pada pokoknya dengan merek terkenal tidak sejenis agar tidak adalagi kekosongan hukum dan memberikan kepastian hukum bagi pendaftar merek di Indonesia.

***Kata Kunci: Implementasi, Persamaan pada pokoknya, Gugatan, Pembatalan Merek***

## ABSTRACT

### IMPLEMENTATION OF THE CRITERIA OF SIMILARITY IN PRINCIPAL IN THE CASE OF BRAND CANCELLATION LAWSUIT

Similarity in principal or as the whole with another brand for the same kind of goods and/or services is stated in article 6 paragraph (1) and (2) point b of Law No. 15 of 2001 on Brand. It is then extended based on article 6 Paragraph (2) of Law No. 15 of 2001 on Brand, so the provision of article 6 Paragraph (1) is not only applicable for famous brands of the same kind of goods and/or services but also applicable for different kind of goods and/or service given that the brand meets certain requirements. The provision of article 6 paragraph (2) of Law No. 15 of 2001 on Brand amends the making of a government regulation, but the regulation has not issued yet. The absence of government regulation leads to legal uncertainty in the application of principal similarity, particularly for different kinds of famous brands.

Based on the provisions, the problem formulations were How the implementation of the criteria of similarity in principal to a brand to the same kind of registered brand and the different kind of famous brand in judicial decision compared to Law No. 15 of 2001 on Brand, and what the legal effect on a registered brand with principal similarity to another unregistered brand after the decision of brand cancellation.

Based on the research results of the implementation of the criteria is similar in principle in the case of cancellation of the trademark lawsuit resulted in a different verdict tends to be inconsistent, especially for brands that have similarities with the well-known brands are not similar. Because of this inconsistency has not been made based on government regulations that govern more about similar substantially dissimilar to famous brand, giving rise to legal uncertainty. As for brands that have similarities with similar registered trademark application is in conformity with Law No. 15 of 2001 on brand as well as jurisprudence. And as a result of the cancellation brands have in common with other brands that have been listed first after the decision of the court decision, then the contents of the Commercial court decision shall be transmitted by the Registrar to the Directorate General of Intellectual Property Rights after the date of the decision then the Directorate General of Intellectual Property Rights implement the relevant trademark registration cancellation of the General Register of Marks and announced in the Official Gazette of Marks after the verdict is received and has permanent legal force and notify the attorney and the owner of the brand in writing of the reasons for the cancellation of brands and brand the date of deletion of the General Register of the Brand brand certificate Cancellation is not valid anymore and also the end of the Registration of Marks resulting protection of the brand in question. The suggestion that the Government immediately make regulations governing government more clearly about the similarity in principle similar to the well-known brand in order and no legal vacuum and provide legal certainty for applicants brand in Indonesia.

**Keywords: Implemantation, Similarity in Principal, lawsuit, Brand CancellationLawsuit**