

**PEMBATALAN MEREK TERDAFTAR YANG MEMILIKI PERSAMAAN
DENGAN MEREK TERKENAL BERDASARKAN UNDANG-UNDANG
NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS
DALAM PUTUSAN NOMOR 42/PDT.SUS-
MEREK/2019/PN.NIAGA.JKT.PST**

**Oleh:
EGGA PRASTHA PRADIKA
E1A017150**

ABSTRAK

Penelitian ini didasari oleh permasalahan dalam hal pembatalan merek yang sudah terdaftar terkait dengan adanya peniruan merek yang menggunakan merek terkenal yang sudah dimiliki oleh pihak lain, seperti kasus antara seorang pengusaha lokal Handy Wijaya dengan Honda Motor Company Ltd. dalam Putusan Nomor 42/PDT.SUS-MEREK/2019/PN.NIAGA.JKT.PST. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengkaji dan menganalisis mengenai pembatalan merek yang meniru merek terkenal dalam perkara *a quo*.

Metode penelitian ini menggunakan yuridis normatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kasus atau *case approach* dan pendekatan undang-undang *statute approach*. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari studi kepustakaan berupa bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Data yang terkumpul akan dianalisis secara normatif kualitatif.

Hasil penelitian ini memberikan simpulan bahwa Majelis Hakim Pengadilan Niaga dalam perkara tersebut telah sesuai dengan ketentuan dalam Pasal 21 ayat (1) huruf a, ayat (2) huruf a, dan ayat (3) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Merek milik Tergugat terbukti memiliki persamaan dengan Merek Penggugat, telah menggunakan nama merek terkenal milik Penggugat sehingga secara tidak langsung membuktikan bahwa Tergugat memiliki iktikad tidak baik dalam mendaftarkan Merek.

Kata Kunci: Pembatalan Merek, Merek Terkenal, Peniruan, Iktikad Tidak Baik.

**CANCELLATION OF REGISTERED BRANDS THAT HAS SIMILIARITY TO
FAMOUS BRANDS BASED ON LAW NUMBER 20 YEAR 2016 CONCERNING
BRAND AND GEOGRAPHIC INDICATION IN DECISION NUMBER
42/PDT.SUS-MEREK/2019/PN.NIAGA.JKT.PST**

**By:
EGGA PRASTHA PRADIKA
E1A017150**

ABSTRACT

This research is based on problems in terms of registered research related to the existence of a brand that uses a well-known brand that is legally owned by another party, such as the case between a local entrepreneur Handy Wijaya and Honda Motor Company Ltd. in Decision Number 42/PDT. SUS-BRAND/2019/PN.NIAGA.JKT.PST. This study aims to examine and analyze the well-known brands in the a quo case.

This research is a normative juridical research. This study uses a case approach or a case approach and a law approach to the law approach. Sources of data used are secondary data obtained from literature studies in the form of primary, secondary, and tertiary legal materials. The collected data will be analyzed in a qualitative normative manner.

The results of this study conclude that the Panel of Judges of the Commercial Court in this case has complied with the provisions in Article 21 paragraph (1) letter a, paragraph (2) letter a, and paragraph (3) of Law Number 20 of 2016 concerning Geographical Marks and Indications. . The Defendant's Mark is proven to have similarities with the Plaintiff's Mark, has used the Plaintiff's well-known brand name, thus indirectly proving that the Defendant has bad faith in registering the Mark.

Keywords: Brand Cancellation, Famous Brand, Impersonation, Bad Intention.