

ABSTRAK

PEMBATALAN MEREK BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS DALAM PUTUSAN MAHKAMAH AGUNG NO. 938 K/Pdt.Sus-HKI/2017

Oleh :
Priska Firdina M.
E1A014062

Merek merupakan bagian dari wujud karya intelektual yang memiliki peranan penting bagi kelancaran dan peningkatan perdagangan barang atau jasa yang terjadi pada perkembangan globalisasi sekarang ini, yang perlu untuk dilindungi. Perlindungan itu sendiri berupa pendaftaran merek kepada Menteri Hukum dan HAM Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, hal ini telah diatur dalam pengaturan merek sendiri yang telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (*atau disingkat UUMIG*). Pelanggaran merek tentu saja menimbulkan kerugian bagi pihak produsen yang salah satunya adalah merek milik HUGO BOSS Trade Mark Management GmbH & Co. KG yang merupakan perusahaan pemegang hak atas merek HUGO BOSS serta variasinya, sehingga pihak yang merasa dirugikan dapat mengajukan upaya pembatalan merek ke Pengadilan Niaga di wilayah hukum tempat tinggal Tergugat, sebagaimana ada di dalam Pasal 83 UUMIG.

Permasalahan dalam penelitian ini yaitu mengetahui upaya pembatalan merek berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis terhadap Putusan Pengadilan Niaga Jakarta Pusat Nomor ; 938K/Pdt.Sus-HKI/2017.. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan yuridis normatif, spesifikasi penelitian menggunakan preskriptif analitis, metode pengumpulan data studi kepustakaan dengan inventarisasi data, metode analisis normatif kualitatif, dengan sumber bahan hukum data sekunder, dan penyajian data secara teks naratif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa merek HUGO BOSS adalah merek milik Hugo Boss Trade Mark Management GmbH & Co. KG adalah perusahaan pemilik merek yang telah terdaftar dalam Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual dan mempunyai hak eksklusif terhadap merek miliknya. Tergugat selaku pemilik merek ZEGOBOSS dalam mendaftarkan mereknya memiliki iktikad tidak baik yakni berupa adanya persamaan pada pokoknya atau keseluruhan dengan merek milik Penggugat yang mereknya telah terdaftar lebih dulu sebagaimana diatur dalam Pasal 21 ayat (1) huruf b dan Pasal 21 ayat (3) UUMIG, sehingga dapat disimpulkan bahwa Mahkamah Agung telah tepat dalam membatalkan merek milik Tergugat sesuai dengan ketentuan dalam Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis.

Kata kunci : Pembatalan Merek, Hugo Boss, Iktikad Tidak Baik.

ABSTRACT

CANCELLATION OF THE BRAND BASED ON LAW NUMBER 20 OF 2016 CONCERNING BRANDS AND GEOGRAPHIC INDICATIONS IN THE DECISION OF THE SUPREME COURT NO. 938 K / Pdt.Sus-HKI / 2017

**By:
Priska Firdina M.
E1A014062**

Brands are part of the form of intellectual work that has an important role for the smooth and increasing trade in goods or services that occur in the current development of globalization which needs to be protected. The protection itself is in the form of trademark registration to the Minister of Law and Human Rights of the Directorate General of Intellectual Property; this has been regulated in its own brand arrangement which has been regulated in Law Number 20 of 2016 concerning Trademarks and Geographical Indications (or abbreviated as UUMIG). Brand violations certainly cause losses for manufacturers, one of which is the HUGO BOSS Trade Mark Management GmbH & Co. brand. KG, which is a company holding rights to the HUGO BOSS brand and its variations, so that those who feel disadvantaged can submit an attempt to cancel the mark to the Commercial Court in the Defendant's jurisdiction, this has been stipulated in Article 83 UUMIG.

The problem in this study knows the efforts of brand cancellation based on Law Number 20 of 2016 concerning Trademarks and Geographical Indications of the Decision of the Central Jakarta Commercial Court Number; 938 K/ Pdt.Sus-HKI / 2017. The research method used is a normative juridical approach, the specification of the study uses analytical prescriptive, the method of collecting library research data with inventory data, the method of qualitative normative analysis, the legal source of secondary data material, and the presentation of data narrative text.

The results showed that the HUGO BOSS brand was a brand owned by Hugo Boss Trade Mark Management GmbH & Co. KG is a brand owner company that has been registered with the Directorate General of Intellectual Property and has exclusive rights to his trademark. The Defendant as the owner of the ZEGOBOSS brand in registering his trademark has bad intentions in the form of equality in principle or overall with the Plaintiff's trademark whose trademark has been registered first as stipulated in Article 21 paragraph (1) letter b and Article 21 paragraph (3) UUMIG, so that it can be concluded that the Supreme Court has been right in canceling the Defendant's mark in accordance with the provisions in the Trademark Law and Geographical Indications.

Keywords: Brand Cancellation, Hugo Boss, Bad Intention.