

Perlindungan Hukum Terhadap Merek Strong Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis Dalam Putusan Nomor 22 PK/Pdt.Sus-HKI/2022

**Oleh:
Nurmala Hiqmah Putri
E1A017248**

ABSTRAK

Perlindungan hukum merek merupakan hal yang penting, merek menjadi daya pembeda suatu barang atau jasa terhadap barang atau jasa lainnya baik untuk yang sejenis maupun tidak sejenis. Barang atau jasa yang berkualitas baik akan lebih dikenal oleh orang karena memiliki citra yang baik juga. Maka dari itu merek selain menjadi daya pembeda menjamin kualitas serta originalitas produk dan dapat mencegah terjadinya persaingan usaha tidak sehat. Tujuan penelitian ini adalah perlindungan hukum merek berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis dan akibat hukum Putusan Nomor 22 PK/Pdt.Sus-HKI/2022.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan yuridis normatif dengan spesifikasi penelitian deskriptif analisis. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder dengan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan studi kepustakaan. Data yang digunakan adalah metode normatif kualitatif.

Berdasarkan penelitian dan pembahasan menunjukkan bahwa PT Unilever Indonesia, Tbk. tidak terbukti melakukan pelanggaran merek berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Dalam amar Putusan Nomor 22 PK/Pdt.Sus-HKI/2022 hakim menolak permohonan peninjauan kembali HARWOOD PRIVATE LIMITED. Hal tersebut berakibat hukum berlakunya Putusan Nomor 332 K/Pdt.Sus-HKI/2021 yang memutuskan pembatalan Putusan Nomor 30/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst.

Kata kunci: *Perlindungan Hukum, Merek, Strong*

Legal Protection of the STRONG Trademark According to Law Number 20 of 2016 Concerning Trademarks and Geographical Indication in Decision Number 22 PK/Pdt.Sus-HKI/2022

By:
Nurmala Hiqmah Putri
E1A017248

ABSTRACT

Trademark legal protection is important, the trademark becomes the distinguishing power of a good or service against other goods or services both for similar and not similar. Good quality goods or services will be better known by people because it has a good image as well. Therefore, the trademark in addition to being a distinguishing force guarantees the quality and originality of the product and can prevent unfair business competition. The purpose of this study is the legal protection of trademarks based on Law Number 20 of 2016 concerning Trademarks and Geographical Indications and the legal consequences of Decision Number 22 PK/Pdt.Sus-HKI/2022.

This research uses a normative juridical approach method with descriptive analysis research specifications. The data source used is secondary data with data collection methods carried out by library studies. The data used is qualitative normative method.

Based on research and discussion, it shows that PT Unilever Indonesia, Tbk. is not proven to have committed trademark infringement based on Law Number 20 of 2016 concerning Trademarks and Geographical Indications. In the verdict Number 22 PK/Pdt.Sus-HKI/2022, the judge rejected HARWOOD PRIVATE LIMITED's request for reconsideration. This has legal consequences for the validity of Decision Number 332 K/Pdt.Sus-HKI/2021 which decided the cancellation of Decision Number 30/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst.

Keywords: *Legal Protection, Trademark, Strong*