

## SUMMARY

# PENERAPAN PRAKTEK MONOPOLI DALAM PERSAINGAN USAHA DAGANG TERHADAP HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 15 TAHUN 2001 TENTANG MEREK

Created by SAIFUDIN ALI MURSALEH

**Subject** : praktek monopoli, usaha dagang, hak kekayaan intelektual, merek  
**Subject Alt** : monopolistic practices, trading business, intellectual property rights, brand  
**Keyword** : : praktek monopoli; usaha dagang; hak kekayaan intelektual; merek

### Description :

Persaingan usaha dagang terhadap hak merek dalam peraturan tentang praktek monopoli dan persaingan tidak sehat secara kasat mata telah terjadi praktek monopoli, namun apabila dicermati lebih dalam terdapat kata hak eksklusif dalam undang-undang no 15 tahun 2001 tentang merek yang memberikan pengecualian dalam hal hak kekayaan intelektual, undang-undang memberikan keistimewaan kepada inventor atas hasil karya yang telah diciptakan dan telah didaftarkan pada pejabat yang berwenang, hak eksklusif tersebut di dukung oleh teori hukum ekonomi klasik adam smith yang menyatakan bahwa inventor berwenang untuk mengelola sendiri perekonomiannya atas sesuatu yang dihasilkannya. Demikianlah dapat diketahui betapa pentingnya peranan merek bagi pemiliknya, di mana ia berusaha menjaga kualitas barangnya dan memberikan pelayanan sebaik mungkin, memperhatikan “after sales service” dan lain sebagainya, sehingga menimbulkan mutual benefit kepada kedua belah pihak. Dalam hubungan itu, alangkah baiknya, apabila etika dagang selalu diperhatikan dan ditaati oleh semua perusahaan (pelaku usaha), sehingga persaingan antar perusahaan yang memproduksi dan memperdagangkan barang serupa atau barang lainnya bersaing secara sehat dan wajar, oleh para pihak yang merasa dirugikan kepentingannya, yang kemudian dibantah oleh pihak yang merasa dirinya lebih berhak atas pemakaian merek tersebut dan seterusnya dibantah lagi. Dengan melihat fenomena tersebut di atas kirannya penulis ingin mengkaji lebih jauh tentang implikasi tindakan persaingan merek dagang terhadap pengguna merek dagang. penelitian ini bersifat yuridis normatif, yaitu menggambarkan/mendeskripsikan mengenai masalah yang berkaitan dengan implikasi tindakan persaingan merek dagang terhadap konsumen. Ternyata bahwa implikasinya sangat besar sekali, dimana perlindungan merek mempunyai peranan yang sangat penting terhadap konsumen, karena perlindungan merek, sangat berkaitan dengan kesetiaan atau loyalitas konsumen terhadap suatu merek. Kemudian bentuk perlindungan hukum yang diberikan UU merek terhadap pemilik merek untuk menghindari tindakan pembajakan, pemalsuan dan atau peniruan adalah dengan menentukan syarat-syarat agar suatu merek dapat diterima sebagai merek atau cap dagang. Syarat mutlak dari padanya adalah bahwa merek tersebut harus mempunyai daya pembeda yang cukup. Di samping itu, bahwa tindakan persaingan merek dagang akan berdampak pula terhadap daya saing merek tersebut dalam perdagangan antar negara..

**Contributor** : Munir fuady  
**Date Create** : 08/03/2017  
**Type** : Text  
**Format** : PDF  
**Language** : Indonesian  
**Identifier** : UEU-Master-201404057  
**Collection** : 201404057

**Source** : Master Theses of Law

**Relation Collection** Fakultas Hukum

**COverage** : Civitas Akademi Universitas Esa Ungul

**Right** : @perpustakaan Universitas Esa Ungul

**Full file - Member Only**

If You want to view FullText...Please Register as MEMBER

**Contact Person :**

Astrid Chrisafi (mutiaraadinda@yahoo.com)

Thank You,

Astrid ( astrid.chrisafi@esaunggul.ac.id )

Supervisor