

ABSTRAK

Judul : “PERLINDUNGAN HUKUM ATAS PEMEGANG HAK MEREK TERHADAP PELANGGARAN MEREK BERDASARKAN UNDANG-UNDANG MEREK NO. 15 TAHUN 2001”

Merek yang ditentukan dalam Undang-undang No. 15 Tahun 2001 tentang merek bertujuan untuk melindungi pemilik hak atas merek, namun dalam pelaksanaannya belum tercapai secara optimal.

Permasalahan yang menjadi pokok bahasan dalam tesis ini adalah :

- Bagaimana UU No. 15 Tahun 2001 tentang Merek melindungi hak-hak pemegang merek.
- Apa yang menjadi Hambatan dalam perlindungan merek sesuai UU No. 15 Tahun 2001 tentang merek.

Tujuan dan manfaat penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana UU No. 15 Tahun 2001 tentang Merek melindungi hak-hak pemegang merek, untuk mengetahui apa yang menjadi hambatan dalam perlindungan merek sesuai UU No. 15 Tahun 2001 tentang merek.

Teori yang dipakai untuk menunjang analisis penelitian ini adalah : Teori Hak Milik, Teori Pertukaran Sosial. Adapun metode penelitian yang digunakan meliputi penelitian deskriptif analisis yang menguraikan gambaran keadaan atau fakta tentang pelanggaran dibidang merek dengan bertitik tolak pada perundang-undangan, teori-teori dan pendapat ahli.

Metode pendekatan yang dipergunakan adalah yuridis normatif yang menekankan pada data sekunder dengan mempelajari dan mengkaji asas-asas hukum, khususnya kaidah-kaidah hukum positif yang berasal dari bahan kepustakaan perundang-undangan serta ketentuan-ketentuan hukum yang berkaitan dengan penegakan hukum dibidang merek.

Setelah menguraikan panjang lebar tentang seluk beluk merek, Undang-undang merek dan pelanggaran merek maka didapat kesimpulan bahwa Undang-undang Merek Nomor 15 Tahun 2001 belum optimal untuk mencegah pelanggaran merek karena berbagai hal antara lain: mudahnya pengabulan permohonan pendaftaran merek, juga kesadaran hukum masyarakat tentang pelanggaran merek masih rendah.

ABSTRACT

Title : “LAW PROTECTION OF THE THE BRAND OWNER RISK AGAINTS BRAND VIOLENT ACCORDING TO BRAND LEGACY NO. 15 2001”

The brand that established in legacy member 15 2001 about brand its purpose to protect the brand owners. However the application was not full guined or optimal.

- How The Legacy Number 15 2001 about brand Protec the brand owners right.
- in brand protection of legacy Number 15 2001 about brand.

The theory thst used in analyze was: Theory Of Right of The Owner, The Theory of Social of Exchange. The method the approach methods used method research was normative Yuridis that focus on secondary data that concern end study law, especially of positif law. From legacy references and the rules of the law, that concern about law enforment in the brand fair.

After explain about brand, brand legacy, and brand violation because of : if could be easy to approved the brand that submitted ; the society was not full realized the right obligation of the brand owner.