

**TINJAUAN YURIDIS MENGENAI PEMBATALAN MEREK MILIK
PENGUSAHA LOKAL YUANA TANAYA ATAS PERSAMAAN MEREK
TERKENAL ASING SEPHORA**

(Studi Kasus : Putusan Mahkamah Agung Republik Indonesia Nomor 166k/Pdt.Sus-Hki/2016)

¹Maria Dwi Rahayu, ²Dr. Wasis Susetio, S.H., M.H.

¹UNIVERSITAS ESA UNGGUL, JAKARTA

²UNIVERSITAS ESA UNGGUL, JAKARTA

¹mariadwirhy@gmail.com

²wsusetio07@gmail.com

ABSTRAK

Dalam dunia perdagangan, merek menjadi suatu bagian yang sangat penting bagi perusahaan untuk membangun citra dan reputasi sebuah produk. Merek merupakan suatu aset yang sangat berharga bagi perusahaan. Memiliki sebuah merek dengan reputasi yang baik menjadikan perusahaan lebih kompetitif. Sistem Konstitutif dalam pendaftaran merek membuat pemilik merek, termasuk merek terkenal, harus mendaftarkan mereknya di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual untuk memperoleh hak eksklusif atas mereknya dan perlindungan hukum, hal ini sesuai dengan Undang-Undang Merek Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Tujuan dari penelitian ini adalah tentang perlindungan merek terkenal dalam Putusan Mahkamah Agung Republik Indonesia Nomor 166k/Pdt.Sus-Hki/2016 Kasus Sephora melawan Yuana Tanaya. Penelitian ini menggunakan metode hukum normatif yang berfokus pada norma hukum dan undang-undang yang berlaku. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konflik yang terjadi tidak hanya berasal dari eksternal dimana adanya itikad tidak baik yang dilakukan pengusaha lokal untuk mendompleng merek terkenal, tetapi terdapat juga masalah internal yaitu dimana proses pendaftaran merek pada Ditjen KI memiliki kelemahan yaitu kurangnya ketelitian pemeriksaan juga kurangnya peraturan yang mengatur mengenai merek terkenal. Pengaturan mengenai merek, tidak menjelaskan secara tegas pengertian tentang merek terkenal hanya memuat kriteria merek terkenal. Hal ini dapat menimbulkan interpretasi yang berbeda mengenai merek terkenal. Untuk itu perlu adanya penjelasan secara tegas yang dimaksud dengan merek terkenal untuk memberi kepastian hukum dalam rangka penegakan hukum.

Kata Kunci : Merek, Merek Terkenal, Perlindungan Merek Terkenal

ABSTRACT

In the world of trade, the brand becomes a very important part for the company to build the image and reputation of a product. Brand is a very valuable asset for the company. Having a brand with a good reputation makes the company more competitive. The Constitutive System in trademark registration requires the owner of a mark, including well-known marks, to register his mark at the Directorate General of Intellectual Property to obtain exclusive rights to his mark and legal protection, this is in accordance with the Trademark Law Number 20 of 2016 concerning Marks and Geographical Indications. The purpose of this study is about the protection of well-known brands in the Supreme Court of the Republic of Indonesia Decision Number 166k/Pdt.Sus-Hki/2016 Case of Sephora against Yuana Tanaya. This study uses a normative legal method that focuses on legal norms and applicable laws. The results of the study indicate that the conflicts that occur do not only come from external sources where there is bad faith by local entrepreneurs to support well-known brands, but there are also internal problems, namely where the trademark registration process at the Directorate General of Intellectual Property Rights has weaknesses, namely the lack of thoroughness of the examination as well as the lack of regulations governing about famous brands. The regulation regarding brands, does not clearly explain the notion of well-known brands, only containing the criteria for well-known brands. This can lead to different interpretations of well-known brands. For this reason, it is necessary to have a clear explanation of what is meant by a well-known mark to provide legal certainty in the context of law enforcement.

Keywords: Brand, Famous Brand, Protection of Famous Brand