

Analisa yuridis terhadap perlindungan hukum merek terkenal dari persamaan merek barang yang tidak sejenis (studi kasus : Toyota Motor Corporation vs PT Lexus Daya Utama) = Legal analysis on law protection of famous trademark for similiar trademark from unsimiliar goods Toyota Motor Corporation vs PT Lexus Daya Utama

Gindamora Andiafari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20387045&lokasi=lokal>

Abstrak

Kekosongan hukum Pasal 6 ayat (2) Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek merupakan ketentuan yang rentan menimbulkan masalah sehingga harus segera ditetapkan oleh pemerintah. Akibatnya, pengertian dan kriteria merek terkenal serta pengertian dan penjelasan lebih lanjut mengenai barang dan jasa tidak diketahui secara pasti dan menimbulkan ketidakpastian hukum. Alasannya karena untuk menentukan keterkenalan suatu merek sangat tergantung pada penilaian hakim yang memeriksa sengketa tersebut. Walaupun Indonesia tunduk pada instrumen internasional seperti (The Paris Convention for the Protection of Industrial Property/Konvensi Paris) dan (Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights, Including Trade in Counterfeit Goods/TRIPs), tetapi semua ketentuan yang terdapat didalamnya juga tidak memberikan pengertian yang jelas dan lengkap mengenai perlindungan barang yang tidak sejenis. Ketentuan ini juga memberikan kebebasan kepada setiap negara anggota untuk menetapkan dan mengatur keterkenalan suatu merek di negaranya masing-masing. Oleh sebab itu, penentuan keterkenalan suatu merek pada akhirnya diserahkan kepada Majelis Hakim. Pada dasarnya perlindungan terhadap merek terkenal bisa menerapkan azas itikad tidak baik kepada Pemohon yang mendaftarkan mereknya secara tidak jujur karena membonceng, meniru, atau menjiplak ketenaran suatu merek sehingga merugikan pihak lain atau menimbulkan kondisi persaingan curang, mengecoh, atau menyesatkan konsumen. Pada akhirnya semua pihak hanya berharap agar Peraturan Pemerintah yang sudah diamanatkan oleh undang-undang dapat segera disahkan sehingga sengketa yang berkaitan dengan pemboncengan merek terkenal dapat diselesaikan atau dapat dihindari.

.....

The absence of law on article 6 (2) UU Nomor 15 Tahun 2001 on Trademark is a regulation that potentially will cause problems that has to be fixed by the Government. The result is that the definition and criteria of famous trademark along with whether the definition and explanation afterward of the different category of goods and service is not known so it result in uncertainly of law. The reason to determine the degree of famous on trademark relies heavily on jugde?s valuation that handle the dispute. Even though Indonesia had adopted to International convention such as Paris Convention for the Protection of Industrial Property and Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights, Including Trade in Counterfeit Goods/TRIPs, the all the provisions inside those convention do not give clear and comprehensive definiton on protection of different category of goods. Those conventions give freedom to each member states to determine and govern the degree of famous in their territory. Therefore the determination on the degree of famous eventually will be given to the judges. Basically, the protection on famous trademark can also apply the good faith principle to the applicant who register their trademark untruthfully because they attach, imitate or copy the famous of a particular trademark causing loss on other sides or unhealthy competitions,

tricked or deceived consumers. Finally, all sides only hope that Government Regulatory that is mandated by Regulations can be finalized and validated, so the disputes relating to the attachment of famous trademark can be settled or can be prevented as possible.