

Hak merek sebagai jaminan fidusia = Brand rights as a fiduciary guarantee

Daulay, Amrul Mulia, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20485381&lokasi=lokal>

Abstrak

Tesis ini meneliti tentang pengaturan hukum merek sebagai jaminan fidusia, isi perjanjian jaminan fidusia merek yang perlu diperjanjikan dalam akta penjaminan merek dan hambatan dalam pelaksanaan penjaminan merek sebagai jaminan fidusia. Berangkat dari permasalahan tersebut penulis menulis tesis ini dengan tujuan untuk menjelaskan pengaturan hukum penjaminan merek sebagai jaminan fidusia, menganalisis hal-hal yang perlu diperjanjikan dalam akta penjaminan merek dan mengidentifikasi hambatan dalam pelaksanaan penjaminan merek sebagai objek jaminan fidusia. Metode penelitian yang digunakan adalah yuridis-normatif dengan menggunakan deskriptif analisis, data diperoleh dari studi pustaka dan wawancara dengan beberapa narasumber. Kesimpulan dari Tesis ini adalah bahwa merek secara hukum boleh dijadikan sebagai objek jaminan fidusia dan ini sudah ada prakteknya. Adapun hal yang perlu diperjanjikan pada akta jaminan fidusia merek pada umumnya sama seperti perjanjian jaminan fidusia pada umumnya dan adapun hambatan pelaksanaan penjaminan merek sebagai jaminan fidusia selama ini adalah bahwa masyarakat dan lembaga pembiayaan kurang mengetahui bahwa merek bisa dijadikan sebagai objek jaminan fidusia, sulitnya menentukan nilai ekonomi dari hak merek dan sedikitnya jasa/lembaga/akuntan yang mempunyai kemampuan untuk menghitung nilai ekonomi hak merek. Saran sebaiknya pemerintah lebih memperbanyak sosialisasi pentingnya pendaftaran hak merek agar sadar dan mau mendaftarkan, sehingga minat masyarakat untuk menjadikan hak merek sebagai jaminan fidusia semakin tinggi demi kemajuan usahanya dan perekonomian masyarakat.

This thesis examines the regulation of brand law as a fiduciary guarantee, the contents of the brand fiduciary guarantee agreement that needs to be agreed on in the brand guarantee deed and obstacles in the implementation of brand guarantees as fiduciary guarantees. Departing from these problems the author wrote this thesis with the aim of explaining the regulation of brand guarantee law as a fiduciary guarantee, analyzing the things that need to be agreed on in the brand guarantee deed and identifying obstacles in the implementation of brand guarantees as objects of fiduciary collateral. The research method used is juridical-normative using descriptive analysis, data obtained from studies in the library and interviews with several speakers. The conclusion of this thesis is that the brand can legally be used as an object of fiduciary collateral and this is already in practice. As for the things that need to be agreed on the brand fiduciary deed in general are the same as the fiduciary guarantee agreement in general and as for the obstacles to the implementation of brand guarantees as fiduciary guarantees so far are that the public and financial institutions do not know that the brand can be used as an object of fiduciary collateral. economy of brand rights and few services / institutions / accountants who have the ability to calculate the economic value of brand rights. Suggestion is that the government should increase the socialization of the importance of registration of brand rights so that they are aware and willing to register, so that the public interest in making brand rights as fiduciary guarantees is increasingly high for the progress of their business and the economy of the community.