

Pelindungan Merek Atas Logo "Agro Inovasi" Milik Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian dan Strategi Pemanfaatannya melalui Co-Branding = Brand Protection of Agro Innovation Logo of Indonesian Agency for Agricultural Research and Development and Its Utilization Strategy through Co-Branding.

Anggraeni Yustina, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20507810&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Tesis ini membahas mengenai penggunaan Logo Agro Inovasi sebagai merek. Logo agro inovasi adalah suatu logo yang dimiliki Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian (Balitbangtan) salah satu Unit Kerja (UK) eselon 1 di Kementerian Pertanian (Kementan). Merek adalah salah satu unsur Hak Kekayaan Intelektual (HKI), dimana HKI merupakan instrumen hukum yang memberikan perlindungan hak bagi perorangan maupun organisasi atas hasil karya intelektualitasnya. Dari kepemilikan HKI tersebut, selain kepentingan hukum yang ingin diperoleh, yaitu melalui perlindungan hak, juga memiliki kepentingan ekonomi, yaitu dengan memberikan hak kepada pemilik untuk dapat menikmati keuntungan ekonomi dari hasil karya intelektualnya. Merek merupakan unsur penting yang melekat pada suatu produk sebagai tanda pembeda, sebagai identitas untuk membedakan produk yang kita miliki dengan produk barang atau jasa lainnya yang sejenis. Di Indonesia, hak merek diperoleh melalui pendaftaran, yang dinyatakan dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yaitu "Hak atas Merek diperoleh setelah Merek tersebut terdaftar". Penggunaan logo agro inovasi sebagai merek, merupakan salah satu bentuk dalam rangka mengoptimalisasikan penggunaan logo agro inovasi itu sendiri. Konsepnya adalah invensi yang dihasilkan oleh Balitbangtan, yang kemudian tidak bisa memproduksi sendiri produk hasil invensinya, dilisensikan kepada pihak ketiga untuk memproduksinya. Selanjutnya bahwa suatu produk meskipun diproduksi oleh pihak lain itu dihasilkan oleh suatu lembaga litbang, yaitu Balitbangtan. Diharapkan melalui merek agro inovasi, masyarakat mengetahui sekaligus menjadi sarana informasi kepada masyarakat maupun pengguna, bahwa produk tersebut merupakan bagian dari invensi yang dihasilkan oleh Balitbangtan sebagai lembaga penelitian dan pengembangan. Selain itu juga pencantuman merek agro inovasi adalah sebagai bentuk dari jaminan mutu atau kualitas terhadap produk tersebut, sehingga memberikan citra yang baik kepada pengguna maupun masyarakat luas. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan yuridis normatif, yaitu melalui pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konsep, metode penelitian lainnya adalah dengan metode pendekatan kualitatif.

<hr>

ABSTRACT

This thesis discusses the use of the Agro Innovation Logo as a brand. Agro innovation logo is owned by the Indonesian Agency for Agricultural Research and Development (IAARD), one of the echelon 1 Work Units (UK) in the Ministry of Agriculture. Trademark is one of the elements of Intellectual Property Rights (IPR). IPR is a legal instrument that provides protection of rights for individuals and organizations for their intellectual work. From the ownership of IPR, in addition to the legal interests to be obtained, through protection of rights, it also has economic interests by giving rights to owners to be able to enjoy economic

benefits from the results of their intellectual works. Mark is an important element attached to a product as a distinguishing sign, as an identity to distinguish the products we have from other similar goods or services. In Indonesia, the right to a mark is obtained through registration, which is stated in Article 3 of Law Number 20 of 2016 concerning Trademarks and Geographical Indications, says "Rights to Trademarks are obtained after the Mark is registered". The use of the agro innovation logo as a mark is one form in order to optimize the use of the agro innovation logo itself. The concept is that inventions produced by IAARD, which then cannot produce their own inventions, are licensed to third parties to produce them. Furthermore, even though a product is produced by another party, it is produced by an Research and Development Institution, namely IAARD. It is hoped that through the agro innovation mark, the public will know as well as become a means of information to the public and users, that the product is part of the invention produced by IAARD as a research and development institution. In addition, the inclusion of the agro innovation mark is a form of quality assurance of the product, so as to provide a good image to users and the wider community. The method used in this research is a normative juridical approach, through a statutory approach and a conceptual approach, another research method is a qualitative approach.