

Pembatalan Merek Dagang Terdaftar Yang Menjadi Nama Umum = Cancellation of Registered Trademark that Becomes Generic Term

Amirah Hisana Anju Alfadhila Salsabila, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920540509&lokasi=lokal>

Abstrak

Setelah merek dagang terdaftar dan disertifikasi dengan benar, merek dagang tersebut dapat berubah seiring waktu menjadi nama umum yang menggambarkan kelas barang atau jasa. Ini terjadi ketika merek dagang, yang awalnya dirancang untuk suatu produk tertentu, dikenal dengan luas oleh konsumen, dan kemudian menjadi identik dengan produk itu sendiri. Akibatnya, konsumen mengenal merek dagang sebagai representasi dari seluruh kategori produk daripada sebagai karakter yang mencirikan suatu produk. Bahkan ketika membeli produk tertentu, konsumen sering merujuk pada merek dagang terkenal yang terkait dengan kategori produk tersebut dan menerima produk yang sama dengan merek lain yang diberikan vendor.

Akibatnya, merek dagang tidak lagi menjadi daya pembeda dan mulai disalahartikan sebagai nama umum umum yang menggambarkan suatu produk. Sebagai pengakuan atas situasi ini, hukum Indonesia mengizinkan penyisipan komponen pembeda pada merek dagang yang telah berubah menjadi istilah umum. Namun, perlakuan ini menyamakan merek dagang tersebut dengan merek dagang lainnya. Selain itu, tidak ada standar hukum untuk menentukan kapan merek dagang terdaftar telah berubah menjadi istilah umum. Skripsi ini menganalisis apakah merek dagang yang telah berubah menjadi istilah umum masih dapat dianggap sebagai merek dagang, apakah merek dagang tersebut perlu dibatalkan, dan penetapan kriteria untuk mengidentifikasi merek dagang telah menjadi istilah umum. Studi ini membantu untuk memahami dan memajukan hukum merek dagang Indonesia dengan menangani masalah-masalah ini.

.....Once trademark are appropriately registered and certified, they may change over time and stop acting as distinctive identifiers in contrast to generic terms that describe a class of goods or services. This occurs when a trademark, initially designed for certain products, receives widespread awareness and, in the eyes of consumers, becomes identical to the product itself. As a result, consumers are now considering the trademark as a representation of the entire product category rather than a distinctive character. Even when making a particular request, customers frequently refer to a well-known trademark associated with that product category and accept alternate products that vendors give. As a result, trademark cease to be distinctive and start to be mistaken for generic terms. In recognition of this situation, Indonesian law permits the insertion of distinctive components to trademark that have evolved into generic terms. This treatment, however, equates such trademark with others. In addition, there are no legal standards for determining when a registered trademark becomes a generic term. This thesis analyzes whether a trademark that has evolved into a generic term can still be considered a trademark and whether such trademark needs to be canceled. The establishment of criteria for identifying trademark has become a generic term. This study helps to understand and advance Indonesian trademark law by addressing these issues.