

ABSTRAK

Abstrak-Indonesia adalah suatu negara yang menjunjung tinggi Pancasila sebagai dasar negara dan yang tingkat perkembangan di segi bisnisnya sangat maju pesat dan sangat mendukung laju perekonomian Indonesia. Salah satu pendorong laju bisnis di Indonesia adalah dengan adanya persaingan usaha di berbagai bidang, yang mana setiap pengusaha dengan mereknya masing-masing berusaha untuk berkembang dan bersaing untuk bisa menguasai pasar dan menjadi merek yang akan selalu dikenal dan diingat masyarakat. Persaingan bisnis ini baik pada awalnya, namun pelan-pelan mulai banyak permasalahan yang timbul akibat perdebatan dan problematika mengenai merek terkenal. Undang-Undang merek telah mengalami perubahan yang awalnya Undang-Undang Nomor 15 tahun 2001 tentang Merek, berubah menjadi Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Di dalam kedua peraturan perundang-undangan ini tidak ada menjelaskan dan mengatur mengenai merek terkenal. Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia berusaha mendukung Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 dengan menerbitkan Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek. Namun meskipun ada peraturan-peraturan tersebut tetap tidak mampu mewedahi dan memfasilitasi masyarakat ketika berperkara di pengadilan terkait merek terkenal. Jadi hukum Indonesia belum mampu memfasilitasi kepentingan masyarakat tentang upaya untuk menyelesaikan permasalahan yang berhubungan dengan persoalan merek terkenal karena belum ada aturan yang mengatur dengan jelas.

KATA KUNCI : Merek Terkenal

ABSTRACT

Abstract-Indonesia is a country that upholds the Pancasila as the basis of the State and the level of development in terms of its business in very advanced rapidly and strongly support the pace of Indonesia's economy. One of the drivers of the pace of business in Indonesia is the existence of competition in various fields of endeavor, which any entrepreneur with each of our attempted to thrive and compete to be able to master the market and become a brand that will always be known and remembered in society. Business competition is good at first, but slowly began to many of the problems that arise due to the debate and based on famous brands. Trademark law has undergone a change from the originally-law number 15 year 2001 about the brand, turns into Act No. 20 year 2016 about brands and geographical indications. In both of these regulations clarify and set about the brand famous. Minister of law and human rights are trying to support the Act No. 20 year 2016 by publishing a regulation of the Minister of law and human rights the number 67 year 2016 Brand registration. But even though there are such regulations were not able to accomodate and facilitate community when litigants in court-related brand famous. So the law of Indonesia hasn't been able to facilitate the interests of the community of the efforts to resolve the problems related to the question of the famous brand because there has been no rules governing clearly.

Keywords : Famous Brand