

ABSTRAK

Noer Dhewan Javed Razak, *Tinjauan terhadap Ketentuan Pasal 76 ayat (1) Undang-Undang No.15 Tahun 2001 tentang Merek (Mengenai Gugatan atas Pelanggaran Merek)*.

Dari ketentuan pasal 76 ayat (1) Undang-Undang No.15 Tahun 2001 tentang Merek, dapat difahami bahwa suatu merek dianggap melanggar jika seseorang atau suatu badan hukum pemilik merek menganggap pihak lain menggunakan merek yang menyerupai merek miliknya baik secara keseluruhan (utuh) ataupun pada pokoknya saja (identik), dalam kelas barang dan jasa yang sejenis. Namun masalah demikian tidaklah sederhana, karena kedua belah pihak pasti memiliki perbedaan persepsi terutama mengenai persamaan merek pada pokoknya. Apalagi bila pihak yang digugat telah diterima pula pendaftaran mereknya di Dirjen HaKI. Tentunya hal inilah yang menyebabkan pihak pemilik merek menggugat pemilik merek lain yang dianggap menyerupai merek miliknya, namun di lain pihak, pemilik merek lain tersebut tidak menganggap merek miliknya telah melanggar hukum karena menyerupai merek lain, sehingga pihaknya merasa tidak perlu menghentikan penggunaan merek tersebut dan meneruskan produksi barang atau jasa dengan menggunakan merek tersebut.

Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui Bagaimana esensi dari kalimat “memiliki persamaan pada pokoknya” berdasarkan pasal 76 ayat (1) Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, bagaimana kendala-kendala yang ditemukan dalam pelaksanaan pasal tersebut serta upaya apa yang dilakukan Pengadilan Niaga dalam menyelesaikan kasus pasal tersebut.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis isi (*Content analysis*) terhadap bahan hukum primer yaitu Undang-Undang No.15 tahun 2001 tentang merek dan bahan hukum sekunder yang berasal dari tulisan-tulisan tentang ilmu hukum. Hasil kajian dipaparkan secara lengkap, rinci, jelas dan sistematis sebagai karya ilmiah.

Data yang ditemukan menunjukkan bahwa “persamaan pada pokoknya” adalah adanya kemiripan yang disebabkan oleh adanya unsur-unsur yang menonjol antara merek yang satu dengan merek yang lain, yang dapat menimbulkan kesan adanya persamaan baik mengenai bentuk, cara penempatan, cara penulisan atau kombinasi antara unsur-unsur ataupun persamaan bunyi ucapan yang terdapat dalam merek-merek tersebut dalam kelas barang dan jasa yang sejenis.