

Dr. Ismail Rumadan, M.H.



TRADEMARK

Case Law

Penyelesaian Sengketa Merek di Pengadilan
Terkait Iktikad Tidak Baik dalam Pendaftaran Merek



Dr. Ismail Rumadan, M.H.

TRADEMARK

Case Law

Penyelesaian Sengketa Merek di Pengadilan
Terkait Iktikad Tidak Baik
dalam Pendaftaran Merek



**TRADEMARK CASE LAW
PENYELESAIAN SENGKETA MEREK DI PENGADILAN TERKAIT IKTIKAD
TIDAK BAIK DALAM PENDAFTARAN MEREK**

Ismail Rumadan

Desain Cover :
Rulie Gunadi

Sumber :
shutterstock

Tata Letak :
Amry Rasyadany

Proofreader :
Avinda Yuda Wati

Ukuran :
xii, 307 hlm, Uk: 17.5x25 cm

ISBN :
978-623-02-1870-5

Cetakan Pertama :
November 2020

Hak Cipta 2020, Pada Penulis

Isi diluar tanggung jawab percetakan

**Copyright © 2020 by Deepublish Publisher
All Right Reserved**

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa izin tertulis dari Penerbit.

**PENERBIT DEEPUBLISH
(Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA)
Anggota IKAPI (076/DIY/2012)**

Jl.Rajawali, G. Elang 6, No 3, Drono, Sardonoharjo, Ngaglik, Sleman
Jl.Kaliurang Km.9,3 – Yogyakarta 55581

Telp/Faks: (0274) 4533427
Website: www.deepublish.co.id
www.penerbitdeepublish.com
E-mail: cs@deepublish.co.id

TRADEMARK

Case Law



Salah satu isu perdebatan dalam sengketa merek yang diajukan ke pengadilan niaga adalah terkait dengan bagaimana menentukan ada tidaknya “iktikad tidak baik” dalam pendaftaran sebuah merek, terutama terhadap merek-merek terkenal yang memiliki reputasi tinggi. Munculnya perdebatan disebabkan karena terdapat ruang penafsiran yang menimbulkan persepsi beragam dalam memahaminya. “Iktikad tidak baik” berdasarkan UU Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis harus dibuktikan dengan adanya niat dari pemohon untuk meniru, menjiplak atau mengikuti merek pihak lain demi kepentingan usahanya sehingga menimbulkan kondisi persaingan usaha tidak sehat, mengecoh atau menyesatkan konsumen. Pada penjelasan pasal 4 UU Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek diatur bahwa “iktikad baik” diartikan sebagai pemohon yang mendaftarkan mereknya secara layak dan jujur tanpa ada niat apapun untuk membonceng, meniru atau menjiplak ketenaran merek pihak lain demi kepentingan usahanya yang berakibat kerugian pada pihak lain itu atau menimbulkan kondisi persaingan curang, mengecoh atau menyesatkan konsumen. Makna “iktikad tidak baik” menurut UU Nomor 15 Tahun 2011 tentang Merek diperoleh berdasarkan interpretasi secara *argumentum a contrario* terhadap pasal 4 UU merek.

Pada beberapa kasus, sebut saja kasus yang melibatkan merek terkenal BMW dan merek terkenal Pier Cardin. Kedua kasus tersebut sama-sama berkaitan dengan adanya unsur iktikad tidak baik dalam pendaftaran merek tersebut. Namun, ketika menjadi sengketa hukum di muka peradilan Indonesia terdapat putusan yang berbeda satu sama lain dalam hal menafsirkan ketentuan tentang “iktikad tidak baik” dalam UU merek. Terdapat disparitas yang tajam antara putusan yang satu dengan yang lain menyangkut tentang “iktikad tidak baik” terkait dengan pendaftaran merek terkenal.

Kriteria atas makna iktikad tidak baik ini menjadi penting untuk dikaji dalam penyelesaian sengketa pengadilan, sebab makna iktikad tidak baik dalam pendaftaran merek menjadi tidak seragam dan terkesan masih kabur sehingga dapat memunculkan perbedaan penafsiran atas ketentuan UU merek terkait iktikad tidak baik. Menentukan kriteria iktikad tidak baik ini menjadi penting dalam penyelesaian sengketa merek terkenal di pengadilan karena pengadilanlah yang memiliki otoritas tafsir atas suatu rumusan undang-undang yang belum mendefinisikan secara jelas tentang iktikad tidak baik dalam pendaftaran merek.



Penerbit Deepublish (CV BUDI UTAMA)
Jl. Rajawali, Gang Elang 6 No.3; Drono, Sardonoharjo, Ngaglik, Sleman
Jl. Kalirung Km 9,3 Yogyakarta 55581
Telp/Fax : (0274) 4533427
Anggota IKAPI (076/DIV/2012)
✉ cs@deepublish.co.id ⚡ @penerbitbuku_deepublish
⌚ Penerbit Deepublish ⚡ www.penerbitbukudeepublish.com

Kategori : Hukum

ISBN 978-623-02-1870-5



9 786230 218705