

ABSTRAK

Terjadinya polemik antara Warkop DKI dan Warkopi mengenai pelanggaran suatu merek. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis terkait perlindungan hukum dan hak ekonomi bagi pemilik merek terdaftar dan untuk mengetahui apakah Warkopi melakukan tindakan pemboncengan reputasi (*Passing Off*) terhadap merek terdaftar “Warkop DKI”. Hukum merek Indonesia tidak mengatur secara jelas mengenai frasa “persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya” dan terkait pemboncengan reputasi (*Passing Off*).

Metode penelitian yang digunakan adalah Penelitian Hukum Normatif (*Legal Research*). Adapun pendekatan yang digunakan adalah pendekatan perundang-undangan (*Statue Approach*).

Hasil dari penelitian ini menunjukkan, berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, perlindungan hukum bagi pemegang merek terhadap tindakan pemboncengan reputasi yaitu pihak yang dirugikan dapat mengajukan gugatan terhadap pihak lain yang secara tanpa hak menggunakan merek yang terindikasi mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya. Frasa “persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya” terdapat unsur pemboncengan reputasi, dan “Warkopi” telah melakukan tindakan pemboncengan reputasi pada merek terdaftar “Warkop DKI”, pihak Warkopi mendapat keuntungan ekonomi dan merugikan pemegang sah merek yaitu Lembaga Warkop DKI secara materil dan immateril. Pada hakikatnya hukum merek di Indonesia mengantut sistem konstitutif (*first to file*) yakni hak atas merek tercipta karena dilakukan pendaftaran merek oleh pemilik merek dalam sistem pemerintahan melalui Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) Hukum dan HAM (KemenkumHAM).

Kata kunci: Perlindungan Merek- Pemboncengan Reputasi- Hak Ekonomi Merek.

ABSTRACT

There was a polemic between Warkop DKI and Warkopi regarding trademark infringement. This study aims to identify and analyze legal protection and economic rights for registered trademark owners and to find out whether Warkopi has committed a passing off on the registered brand “Warkop DKI”. Indonesian trademark law does not clearly regulate the phrase "similarity in principle or in its entirety" and Passing Off (Unfair Competition).

The research method used is normative legal research, and the approach used is Statute Approach.

The results of this study show that, based on Law Number 20 of 2016 concerning Marks and Geographical Indications, legal protection for brand holders against passing off, namely the aggrieved party can file a lawsuit against another party who unlawfully uses a mark that is indicated to have similarities in its essence or in its entirety. The phrase "similarity in principle or in its entirety" contains elements of passing-off, and "Warkopi" has carried out the act of passing off on the registered brand, namely "Warkop DKI". The Warkop party gets economic benefits and harms the legal holders of the brand, namely the DKI Warkop Institution, both materially and immaterially. In essence, trademark law in Indonesia adheres to a constitutive system first to file, namely the right to a trademark is created due to trademark registration by the trademark owners in the government system through the Directorate General of Intellectual Property (DJKI) Law and Human Rights (KemenkumHAM).

Keyword: Brand Protection – Passing Off - Brand Economic Rights.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTARCT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x

BAB I PENDAHULUAN.....1

1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	16
1.3. Tujuan Penelitian	16
1.4. Kegunaan Penelitian	17
1.4.1 Kegunaan Teoritis	17
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	18
1.5.Keaslian	19
1.6. Metode Penelitian	23
1.6.1 Jenis Penelitan	23
1.6.2 Metode Pendekatan.....	24
1.6.3 Metode Pengumpulan Bahan Hukum.....	25
16.4 Metode Analisa Bahan Hukum.....	26

BAB II TINJAUAN UMUM TENTANG TINJAUAN UMUM TENTANG PERLINDUNGAN HUKUM, PERSAMAAN PADA POKONYA, PEMBONCENGAN REPUTASI (PASSING OFF) DAN HAK EKONOMI MEREK.....27

2.1. Konsep Perlindungan Hukum.....	27
2.2. Hak Kekayaan Intelektual	30
2.2.1 Pengertian HKI	30
2.2.2 Ruang Lingkup HKI	31
2.2.3 Perlindungan HKI.....	32
2.3.Tinjauan Tentang Merek.	33

2.3.1 Pengertian Merek.....	33
2.3.2 Dasar Hukum Merek	34
2.3.3 Jenis-jenis Merek.....	36
2.3.4 Fungsi Merek.....	37
2.3.5 Prinsip-Prinsip Hukum Merek.....	38
2.3.6 Pendaftaran Merek.....	39
2.3.7 Hak Atas Merek.....	40
2.4 Persamaan Pada Pokoknya Dan Keseluruhannya	43
2.5 Itikad Tidak Baik	45
2.6 Pemboncengan Reputasi (<i>Passing Off</i>).....	46
2.6.1 Pengertian Pemboncengan Reputasi (<i>Passing Off</i>).....	46
2.6.2 Unsur-Unsur <i>Passing Off</i>	48
 BAB III PERLINDUNGAN HUKUM DAN HAK EKONOMI TERHADAP MEREK“ WARKOP DKI” DARI TINDAKAN PEMBONCENGAN REPUTASI (PASSING OFF) (STUDI KASUS WARKOPI)	50
3.1. Sketsa Warkopi Sebagai Tindakan Pemboncengan Reputasi (<i>Passing Off</i>)	50
3.1.1 Tindakan Pemboncengan Ketenaran (<i>Passing Off</i>) Warkopi	51
3.1.2 Unsur-unsur <i>Passing Off</i> yang Dilakukan Trio Warkopi.....	57
3.1.3 Pengaturan Penolakan Merek Dengan Itikad Tidak Baik	63
3.2. Perlindungan Hak Ekonomi Atas Pemegang Merek Warkop DKI	67
3.2.1 Hak Ekonomi Dalam Merek	67
3.2.2 Hak Ekonomi Atas Pemegang Merek Warkop DKI	70
 BAB IV PENUTUP	73
4.1 Kesimpulan	73
4.2 Saran.....	74
 DAFTAR PUSTAKA.....	76
BIODATA PENULIS.....	79