

ABSTRAK

Persaingan usaha dagang terhadap hak merek dalam peraturan tentang praktek monopoli dan persaingan tidak sehat secara kasat mata telah terjadi praktek monopoli, namun apabila dicermati lebih dalam terdapat kata hak eksklusif dalam undang-undang no 15 tahun 2001 tentang merek yang memberikan pengecualian dalam hal hak kekayaan intelektual, undang-undang memberikan keistimewaan kepada inventor atas hasil karya yang telah diciptakan dan telah didaftarkan pada pejabat yang berwenang, hak eksklusif tersebut di dukung oleh teori hukum ekonomi klasik adam smith yang menyatakan bahwa inventor berwenang untuk mengelola sendiri perekonomiannya atas sesuatu yang dihasilkannya. Demikianlah dapat diketahui betapa pentingnya peranan merek bagi pemilikinya, di mana ia berusaha menjaga kualitas barangnya dan memberikan pelayanan sebaik mungkin, memperhatikan "*after sales service*" dan lain sebagainya, sehingga menimbulkan mutual benefit kepada kedua belah pihak. Dalam hubungan itu, alangkah baiknya, apabila etika dagang selalu diperhatikan dan ditaati oleh semua perusahaan (pelaku usaha), sehingga persaingan antar perusahaan yang memproduksi dan memperdagangkan barang serupa atau barang lainnya bersaing secara sehat dan wajar, oleh para pihak yang merasa dirugikan kepentingannya, yang kemudian dibantah oleh pihak yang merasa dirinya lebih berhak atas pemakaian merek tersebut dan seterusnya dibantah lagi. Dengan melihat fenomena tersebut di atas kirannya penulis ingin mengkaji lebih jauh tentang implikasi tindakan persaingan merek dagang terhadap pengguna merek dagang. penelitian ini bersifat yuridis normatif, yaitu menggambarkan/mendeskrripsikan mengenai masalah yang berkaitan dengan implikasi tindakan persaingan merek dagang terhadap konsumen. Ternyata bahwa implikasinya sangat besar sekali, dimana perlindungan merek mempunyai peranan yang sangat penting terhadap konsumen, karena perlindungan merek, sangat berkaitan dengan kesetiaan atau loyalitas konsumen terhadap suatu merek. Kemudian bentuk perlindungan hukum yang diberikan UU merek terhadap pemilik merek untuk menghindari tindakan pembajakan, pemalsuan dan atau peniruan adalah dengan menentukan syarat-syarat agar suatu merek dapat diterima sebagai merek atau cap dagang. Syarat mutlak dari padanya adalah bahwa merek tersebut harus mempunyai daya pembeda yang cukup. Di samping itu, bahwa tindakan persaingan merek dagang akan berdampak pula terhadap daya saing merek tersebut dalam perdagangan antar negara..

ABSTRACT

Competition trading business on the trademark rights in the regulation of monopolistic practices and unfair competition by naked eye had occurred monopolistic practices, but when examined more in there word exclusive rights in the law No. 15 of 2001 on the brand that provides an exception in the case of intellectual property rights , the law privileges the inventor for the work that has been created and has been registered with the competent authority, the exclusive rights supported by the legal theory of classical economics adam smith stating bahw inventor authority to manage their own perekonomiannya on what one produces. Thus it can be seen how important the role of the brand for its owner, in which he tried to maintain the quality of the goods and provide the best service possible, paying attention "after sales service" and so forth, resulting in mutual benefit to both sides. In that connection, it would be nice, if ethical trade are monitored and adhered to by all companies (businesses), so that competition among companies that produce and trade similar items or other goods to compete in a healthy and reasonable, by those who feel harmed its interests, which later disputed by the parties who feel they have more right to use the brand and so indisputable. By looking at the phenomenon above kirannya authors wanted to examine further the implications of competition trademark action against the trademark. This study is normative, ie describe / describe the problems associated with competition implications trademark action against the consumer. It turns out that the implications are immense, where brand protection has a very important role for consumers, for brand protection, is associated with loyalty or loyalty to a brand. Then the forms of legal protection granted to the trademark law brand owners to avoid acts of piracy, counterfeiting or imitation is to determine conditions in order for a brand to be accepted as a brand or trademark. Prerequisite thereof is that the brand must have sufficient distinguishing features. In addition, competition actions trademark that will impact on the competitiveness of these brands in interstate commerce ..