

ABSTRAK

ASPEK HUKUM PENDAFTARAN MEREK BAGI PELAKU USAHA PARFUM ISI ULANG: PELUANG DAN TANTANGAN

**Oleh:
NURUL FADHILA**

Merek pada dasarnya adalah sebuah tanda yang melekat sebagai petanda dan kepemilikan suatu barang. Perlindungan merek sangat penting sekali, merek selain sebagai harta kekayaan yang dapat menghasilkan keuntungan bagi pengusaha (pemilik merek), juga sebagai alat untuk melindungi masyarakat selaku konsumen dan terjadinya penipuan kualitas barang tertentu. Salah satu bentuk produk yang harus didaftarkan atas mereknya adalah parfum. Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimanakah regulasi mengenai hukum merek di Indonesia mengatur tentang produk parfum isi ulang, bagaimanakah peluang dan tantangan pendaftaran merek bagi pelaku usaha parfum isi ulang dan bagaimanakah mekanisme yang dapat ditempuh bagi pelaku usaha parfum isi ulang untuk mendapatkan perlindungan hak atas merek.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian hukum normatif empiris. Pendekatan masalah ini dalam penelitian ini adalah yuridis normatif dan yuridis empiris. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari secara langsung melalui wawancara dan data sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier. Data tersebut kemudian dianalisis secara kualitatif.

Hasil penelitian dan pembahasan menunjukkan bahwa Regulasi di Indonesia belum mengatur pemeriksaan mengenai aroma parfum. Pelaku usaha menggunakan merek terkenal sebagai daya jual agar menarik masyarakat untuk membeli produk tersebut, karena apabila pelaku usaha menjual parfum tanpa menggunakan merek terkenal, parfum yang dijualbelikan tidak menarik dan masyarakat beranggapan bahwa parfum tersebut belum ada kejelasan dari merek parfum tersebut. Jika Indonesia mengatur dan memberikan perlindungan terhadap aroma, maka para pelaku usaha parfum isi ulang seharusnya tidak lagi menggunakan merek terkenal sebagai daya tarik jual beli. Mekanisme yang dapat ditempuh bagi pelaku usaha parfum isi ulang dengan melakukan empat tahapan yang berdasarkan dengan itikad baik, yaitu permohonan, pemeriksaan, pengumuman, dan penerbitan merek.

Kata Kunci: *Pendaftaran Merek, Pelaku Usaha, Parfum Isi Ulang*

ABSTRACT

LEGAL ASPECTS OF TRADEMARK REGISTRATION FOR PERFUME REFILL BUSINESS ACTORS: OPPORTUNITIES AND CHALLENGES

**By:
NURUL FADHILA**

A brand is basically a sign that is attached as a marker and ownership of an item. Brand protection is very important, besides being a wealth that can generate profits for entrepreneurs (brand owners), brands are also a tool to protect the public as consumers and the occurrence of fraud on the quality of certain goods. One form of product that must be registered for its brand is perfume. The problem in this study is how the regulation regarding brand law in Indonesia regulates refill perfume products, what are the opportunities and challenges of brand registration for refill perfume business actors and what mechanisms can be taken for refill perfume business actors to obtain brand rights protection.

The type of research used in this study is empirical normative legal research. The approach to this problem in this study is normative legal and empirical legal. The data used are primary data obtained directly through interviews and secondary data consisting of primary legal materials, secondary legal materials and tertiary legal materials. The data is then analyzed qualitatively.

The results of the study and discussion show that the Law in Indonesia has not regulated the examination of perfume aromas. Business actors use famous brands as a selling point to attract people to buy the product, because if business actors sell perfume without using famous brands, the perfume being sold is not attractive and the public assumes that the perfume has no clarity from the perfume brand. If Indonesia regulates and provides protection for fragrances, then refill perfume business players should no longer use famous brands as a selling point. The mechanism that can be taken by refill perfume business actors is to carry out four stages based on good faith, namely application, examination, announcement, and issuance of the brand.

Keywords: Trademark Registration, Business Actors, Refill Perfume