

BAB V

PENUTUP

KESIMPULAN

Doktrin dilusi (*dilution doctrine*) merupakan suatu doktrin yang belum diatur di Indonesia, tetapi penanganannya hanya tersirat dalam UUMG Pasal 21 ayat 1 huruf b dan c yang dimana penyelesaian kasusnya menggunakan doktrin itikad tidak baik. Dapat dilihat melalui kasus IKEA dan IKEMA, bahwa penyelesaian dalam kasus tersebut melalui doktrin itikad tidak baik. Akan tetapi hasil dari peninjauan kembali yang dilakukan IKEMA diterima oleh Mahkamah Agung, dengan alasan bahwa kelas barang IKEMA berbeda dengan kelas barang milik IKEA. Sehingga penerapan adanya persamaan pada pokoknya tidak dapat diterapkan dalam kasus tersebut. Padahal jika dilihat dengan seksama, bahwa merek IKEMA memiliki kemiripan dengan IKEA dan kemiripan ini dapat merusak keunikan IKEA sebagai merek terkenal. Karena belum adanya peraturan mengenai doktrin dilusi sehingga hal itulah yang menjadi alasan hakim untuk menerapkan doktrin itikad tidak baik dalam penyelesaian kasus tersebut dan dianggap cukup untuk mengatasi masalah yang ada.

Doktrin dilusi memiliki syarat dalam penerapannya, yaitu doktrin dilusi hanya dapat digunakan dalam sengketa merek terkenal. Untuk memutuskan apakah suatu merek disebut merek terkenal lazimnya dipertimbangkan dari beberapa factor. seperti; derajat daya pembeda, durasi dan luas penggunaan, jumlah promosi dan publisitas, dan lain-lain. Namun dalam penerapan hukum merek di Amerika, merek yang ingin mengklaim aturan dilusi tidak harus merek terkenal, melainkan dapat juga diterapkan jika merek memiliki daya jual dan memiliki daya pembeda serta dapat dibuktikan persamaan pada pokoknya dengan merek yang diperbandingkan. Maka dengan itu penggunaan aturan dilusi tidak hanya dapat diterapkan pada merek terkenal, melainkan dapat juga diterapkan

pada merek yang dapat memenuhi prasyarat tertentu selama dapat dibuktikan bahwa merek yang bersangkutan layak menggunakan doktrin dilusi sebagai perlindungan mereknya.

SARAN

Pemerintah harus membuat peraturan yang jelas mengenai pelanggaran merek yang berada dalam kelas barang dan/atau jasa tidak sejenis. Agar tidak menimbulkan suatu kebingungan terhadap penggunaan merek, sehingga tidak menghalangi pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Dan agar keadilan dapat terlaksana dengan baik dalam perlindungan merek di Indonesia.