

## **ABSTRAK**

HaKI merupakan cabang daripada Hukum bisnis yang tidak mudah untuk diartikan namun dapat diilustrasikan seperti halnya melindungi karya sastra dan karya artistik secara invensi dari penggunaan atau peniruan yang dilakukan oleh pihak lain tanpa adanya suatu perizinan. HaKI juga melindungi merek (sebagai contoh nama dan/atau simbol yang digunakan oleh sebuah perusahaan), yang telah dikembangkan oleh perusahaan untuk melambangkan reputasi mereka dan menempatkannya pada pasar. pentingnya merek sebagai simbol dari baiknya sebuah reputasi perusahaan membuat banyak pihak yang berlomba-lomba membangun merek untuk memiliki karier di bisnis yang lebih baik, dan tidak sedikit pula yang membangun merek atas dasar jiplakan ataupun tiruan dari sebuah merek terkenal yang sudah beredar dan dilindungi secara hukum. Dengan itu dalam penulisan ini mencari sebuah jawaban dari bagaimana perlindungan hukum bagi merek sesuai dengan kasus yang diangkat yaitu terkait unsur persamaan baik dari sisi undang-undang maupun lembaga hukum yang berwenang dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Karena masih sederhananya proses pemeriksaan dalam pendaftaran merek dimana pemeriksaan masih dilakukan secara sederhana dengan kemampuan manusia saja dengan acuan dan tolak ukur yang mereka miliki yaitu juplak dan juknis serta dasar hukumnya, yang tentu saja masih banyak celah untuk terjadi kesalahan dalam pemeriksaan yang menyebabkan kasus-kasus terkait pelanggaran merek masih terus terjadi.

**Kata Kunci** : HaKI, Merek, Unsur Persamaan

## **ABSTRACT**

*HaKI is a branch of business law which is not easy to interpret but can be illustrated as well as protecting literary works and artistic works in invention from being used or imitated by other parties without any conditions. Intellectual property rights also protect the marks (for example the name and/or symbol used by a company), which companies have developed to protect their reputation and place them in the market. the importance of the brand as a symbol of the goodness of a company's reputation makes many parties vying to build brands to have better careers in business, and not a few also build brands on the basis of plagiarism or imitation of a well-known brand that has been circulated and protected by law . With that in this writing looking for an answer from how the legal protection for brands in accordance with the case raised, namely related to seller's items both from the perspective of law and legal institutions determined using qualitative research methods. Because the inspection process in trademark registration is still simple where inspection is still carried out simply with human capabilities with the references and benchmarks they have, namely juplak and technical guidelines as well as their legal basis, of course there are still many gaps for errors to occur in the examination which lead to cases related to trademark infringement is still happening.*

**Keywords:** *HaKI, Brands, Elements of Equation*