

## ABSTRAK

Penggunaan merek sejatinya merupakan unsur penting didalam dunia perdagangan. Merek menjadi daya pembeda dari produk sejenis dipasaran karena merek mempunyai ciri khas tersendiri yang dapat berupa simbol dan ataupun nama dari suatu produk baik barang atau jasa. Penggunaan merek juga berfungsi sebagai jaminan reputasi dari kualitas suatu produk. Agar penggunaan merek tidak digunakan oleh pihak yang tidak bertanggungjawab, maka diperlukan perlindungan atas merek. Perlindungan merek sudah tertuang didalam Undang- Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis (UU Merek). Walaupun perlindungan atas merek sudah diatur oleh negara, ternyata masih ditemukan pelanggaran yang berkaitan dengan merek. Salah satu pelanggaran merek adalah pelanggaran persamaan atas merek dagang yang terdaftar. Hal tersebut dapat dikatakan sebagai pelanggaran karena suatu merek dagang dipakai oleh pihak yang tidak bertanggungjawab untuk membuat produk serupa. Penulis tertarik untuk membahas salah satu kasus persamaan pada merek yaitu antara pihak Vans dan Halim Suhendy. Dalam kasus ini, Vans Inc menggugat Halim Suhendy atas dasar persamaan merek “Vans” dan juga elemen logo yang dianggap serupa. Peneliti akan berfokus kepada bentuk perlindungan terhadap merek serupa dan juga pertimbangan hakim dalam memutus perkara ini. Metode yang digunakan adalah yuridis normatif, peneliti akan mengaitkan kasus ini dengan Undang-Undang yang berlaku. Serta mempergunakan data sekunder dan tersier, untuk membantu penelitian ini. Hasil yang didapatkan adalah putusan pengadilan menyatakan bahwa Vans Inc memenangkan gugatan atas merek “Vans’ serta elemen logo dan oleh sebab itu merek milik Halim Suhendy dibatalkan.

**Kata Kunci : Perlindungan, Persamaan Merek, Perdagangan**

## ABSTRACT

*The use of a brand is actually an important element in the world of commerce. Brands are a differentiator from similar products on the market because brands have their own characteristics which can be in the form of symbols and or names of a product, either goods or services. The use of the brand also serves as a guarantee of reputation for the quality of a product. So that the use of the mark is not used by irresponsible parties, it is necessary to protect the mark. Protection of marks has been contained in the Law of the Republic of Indonesia Number 20 of 2016 concerning Trademarks and Geographical Indications (Trade Law). Even though the protection of marks has been regulated by the state, violations related to marks are still found. One of the violations against the mark is the violation of the equality of registered trademarks. This can be regarded as a violation because a trademark is used by parties who are not responsible for making similar products. The author is interested in discussing one of the cases of similarities in brands, namely between Vans and Halim Suhendy. In this case, Vans Inc. is suing Halim Suhendy on the basis of the similarity of the "Vans" brand and also the elements of the logo which are considered similar. Researchers will focus on forms of protection for similar brands and also the judge's considerations in deciding this case. The method used is normative juridical, researchers will relate this case to the applicable law. As well as using secondary and tertiary data, to assist this research. The result obtained was a court decision stating that Vans Inc. won the lawsuit over the "Vans" brand and logo elements and therefore the Halim Suhendy brand was cancelled.*

**Keywords: Protection, Brand Equivalence, Trade**