

MERЕК

KEKAYAAN INTELEKTUAL

Perkembangan Hukum Merek di Indonesia

- a. Undang-Undang Hak Milik Perindustrian (Reglement Industrieele Eigendom Kolonien) Stb 545 Tahun 1912;
- b. UU Merek No. 12 Tahun 1961;
- c. UU No. 19 Tahun 1992 Tentang Merek;
- d. UU No. 14 Tahun 1997 Tentan Perubahan atas UU No. 19 Tahun 1992 Tentang Merek;
- e. UU No. 15 Tahun 2001 Tentang Merek.

Pengertian Merek

- Tanda yang berupa
 - Gambar,
 - Nama,
 - Kata,
 - Huruf-huruf,
 - Angka-angka,
 - Susunan warna, atau
 - Kombinasi dari unsur-unsur tersebut
- Memiliki daya pembeda dan
- Digunakan dalam kegiatan perdagangan
 - Barang dan
 - Jasa.

Sistem Perlindungan Merek

- Konstitutif (*First to File*)

Pihak yang mendaftarkan etiket merek lebih dahulu akan mendapat perlindungan dari negara

- Deklaratif (*First to Use*)

Pihak yang menggunakan etiket merek lebih dahulu akan mendapat perlindungan dari negara

- Indonesia menganut Sistem Konstitutif
- USA menganut Sistem Deklaratif

Hak atas Merek

Hak atas Merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh Negara kepada pemilik Merek yang terdaftar dalam Daftar Umum Merek untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri Merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya. Pasal 3 UU No.15 Tahun 2001.

Jangka Waktu Perlindungan Merek

- 10 Tahun dihitung sejak tanggal penerimaan pendaftaran merek
- Dapat diperpanjang untuk setiap 10 tahun berikutnya

Mengapa Merek Diperlukan

- Bagi pelaku usaha merek sangat penting, karena merek berkaitan dengan *image*, kualitas, atau reputasi barang dan atau jasa yang dipasarkan;
- Bagi konsumen, merek juga sangat penting karena memudahkan konsumen untuk memilih barang dan/atau jasa yang akan dibeli atau digunakan.

Merek yang Tidak Dapat Didaftar

- Pasal 4: Permohonan yang diajukan oleh Pemohon yang beritikad tidak baik.
 - Pemohon yang beriktikad tidak baik adalah Pemohon yang mendaftarkan Mereknya tidak secara layak dan jujur
 - Ada niat untuk membonceng, meniru, atau menjiplak ketenaran Merek pihak lain demi kepentingan usahanya yang berakibat kerugian pada pihak lain itu
 - Menimbulkan kondisi persaingan curang, mengecoh, atau menyesatkan konsumen

Pendaftaran dengan Itikad Tidak Baik

- Contoh: Merek Dagang A yang sudah dikenal masyarakat secara umum sejak bertahun-tahun, ditiru demikian rupa sehingga memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan Merek Dagang A tersebut. Dalam contoh itu sudah terjadi itikad tidak baik dari peniru karena setidaknya patut diketahui unsur kesengajaannya dalam meniru Merek Dagang yang sudah dikenal tersebut.

Merek yang Tidak Dapat Didaftar – Pasal 5

- a. Bertentangan dengan peraturan dan perundang-undangan yang berlaku, moralitas agama, kesusilaan atau ketertiban umum**

Termasuk dalam pengertian bertentangan dengan moralitas agama, kesusilaan, atau ketertiban umum adalah apabila penggunaan tanda tersebut dapat menyinggung perasaan, kesopanan, ketenteraman, atau keagamaan dari khalayak umum atau dari golongan masyarakat tertentu.

- b. Tidak memiliki daya pembeda**

Tanda dianggap tidak memiliki daya pembeda apabila tanda tersebut terlalu sederhana seperti satu tanda garis atau satu tanda titik, ataupun terlalu rumit sehingga tidak jelas.

Merek yang Tidak Dapat Didaftar – Pasal 5

c. Telah menjadi milik umum

bersilang, yang secara umum telah diketahui sebagai tanda bahaya. Tanda seperti itu adalah tanda yang bersifat umum dan telah menjadi milik umum. Oleh karena itu, tanda itu tidak dapat digunakan sebagai Merek

d. Merupakan keterangan atau berkaitan dengan barang atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya

Merek tersebut berkaitan atau hanya menyebutkan barang atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya, contohnya Merek *Kopi* atau gambar kopi untuk jenis barang kopi atau untuk produk kopi.

Penolakan Permohonan – Ps 6 (1)

- Mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek milik pihak lain yang sudah terdaftar terlebih dahulu untuk barang dan atau jasa yang sejenis;
- Mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek yang sudah terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa yang sejenis;
- Mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan indikasi geografis yang sudah terkenal.

Penolakan Permohonan – Ps 6 (2)

- Penolakan Barang tidak sejenis dengan Merek Terkenal
- Ketentuan Merek Terkenal dapat pula diberlakukan terhadap barang dan/atau jasa yang tidak sejenis sepanjang memenuhi persyaratan tertentu yang akan ditetapkan lebih lanjut dengan Peraturan Pemerintah.

Penolakan Permohonan – Ps 6 (3)

- Merupakan atau menyerupai nama orang terkenal, foto, atau nama badan hukum yang dimiliki orang lain, kecuali atas persetujuan tertulis dari yang berhak;
- Merupakan tiruan atau menyerupai nama atau singkatan nama, bendera, lambang atau simbol atau emblem negara atau lembaga nasional maupun internasional, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang;
- Merupakan tiruan atau menyerupai tanda atau cap atau stempel resmi yang digunakan oleh negara atau lembaga Pemerintah, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang.

Persamaan Pada Pokoknya

- Penjelasan Ps 6 (1) a
- Adanya kemiripan yang disebabkan oleh adanya unsur-unsur yang menonjol antara Merek yang satu dan Merek yang lain,
- Dapat menimbulkan kesan adanya persamaan baik mengenai:
 - Bentuk
 - Penempatan;
 - Cara penulisan;
 - Kombinasi antara unsur-unsur; ataupun
 - Persamaan bunyi ucapan

Persamaan Pada Pokoknya

- Persamaan pada pokoknya atau keseluruhan dengan **Merek terkenal** untuk barang dan/atau jasa yang sejenis atau tidak sejenis [Ps 6 (1) b jo Ps 6 (2)]
- Merek Terkenal: memperhatikan
 - Pengetahuan umum masyarakat mengenai Merek tersebut di bidang usaha yang bersangkutan.
 - Reputasi Merek terkenal;
 - Promosi yang gencar dan besar-besaran;
 - Investasi di beberapa negara di dunia yang dilakukan oleh pemiliknya; dan
 - Disertai bukti pendaftaran Merek tersebut di beberapa negara.

Pengujian Persamaan Pada Pokoknya

Alat Uji Pertama

- Visual
- Konseptual
- Fonetik / Persamaan Bunyi
- Bentuk Tulisan
- Cara Penempatan
- Cara Penulisan
- Susunan Warna

Alat Uji Final

- Persamaan yang membingungkan
- Perlindungan Konsumen
- Menjaga persaingan usaha yang sehat;
- Unsur yang Paling Dominan

Persamaan secara Keseluruhan



Terdaftar atas nama Budi
Kelas barang : 30



Terdaftar atas nama Susilo
Kelas barang : 34

Persamaan Pada Pokoknya



Persamaan yang Membingungkan



Contoh :



Terdaftar a/n. A, untuk kl. 34



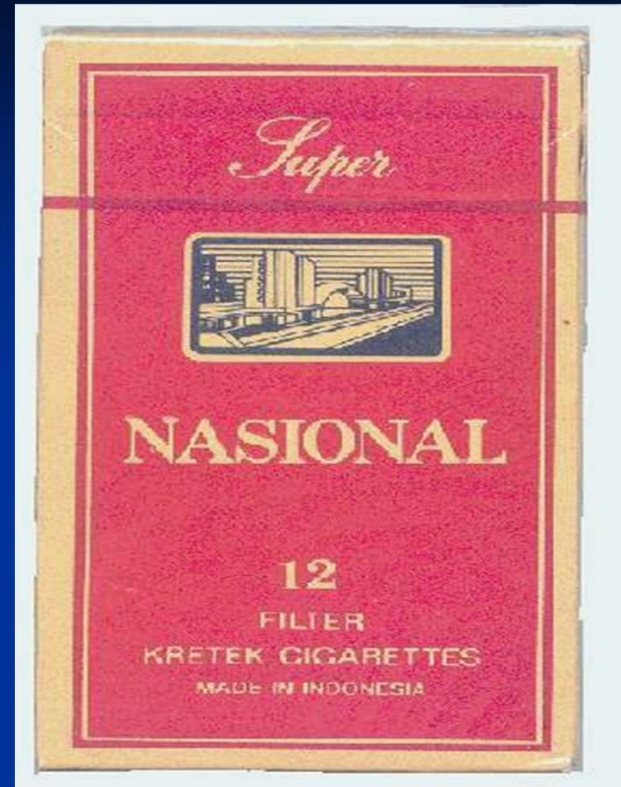
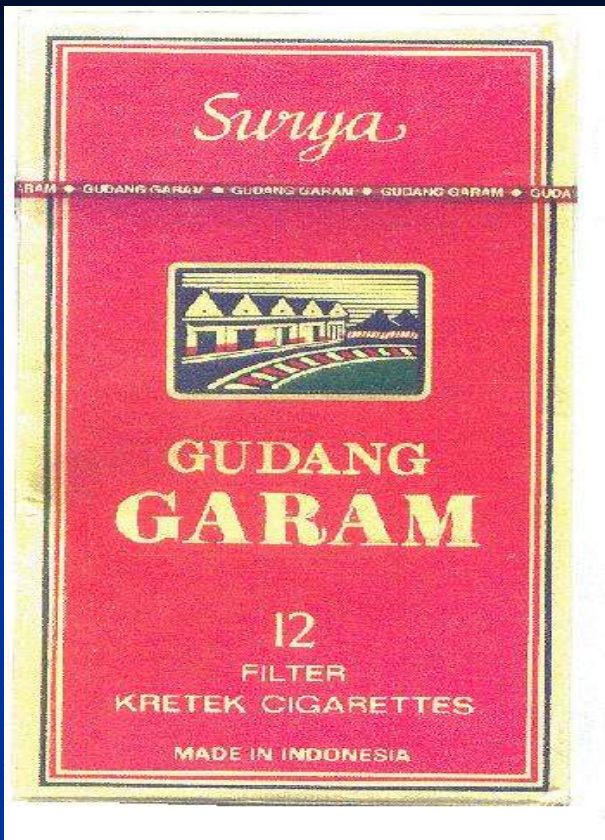
Permohonan a/n. B, untuk kl. 30



Terdaftar a/n. H. Ilham Bintang
untuk kelas barang 16



Permohonan a/n. Yoga Sayoga
Kelas barang 25



Persamaan pada pokoknya secara :

- Visual
- konseptual
- Fonetik / persamaan bunyi
- Bentuk Tulisan
- Cara penempatan
- Cara Penulisan
- Susunan warna

Up 2 U = *Up to You*

- visual
- Konseptual
- Fonetik / persamaan bunyi
- Bentuk Tulisan
- Cara Penempatan
- Cara Penulisan
- Susunan Warna

 = I Love You = **I Love U**

- Visual
- Konseptual
- Fonetik / Persamaan Bunyi
- Bentuk Tulisan
- Cara Penempatan
- Cara Penulisan
- Susunan Warna



Tiger Head

Kepala Macan

- Visual
- Konseptual
- Fonetik / persamaan bunyi
- Bentuk Tulisan

- Cara Penempatan
- Cara Penulisan
- Susunan Warna

ABBOT = **ABOD**

HAMADATA = **AMADATA**

- Visual
- Konseptual
- Fonetik / Persamaan Bunyi
- Bentuk Tulisan
- Cara Penempatan
- Cara Penulisan
- Susunan Warna



Apakah dua merek yang diperbandingkan ini mempunyai persamaan pada pokoknya ?

NABISCO

"Biskuit No.1 di Amerika"

OREO

Biskuit Sandwich Coklat

NETTO : 120g
Dep. Kes. RI. MD 22711003350
MUI No. 05830899

HALAL

BISKUIT KESUKAAN DUNIA KESUKAAN INDONESIA

NABISCO

"Biskuit No.1 di Amerika"

OREO

Biskuit Sandwich Coklat

NETTO : 120g
Dep. Kes. RI. MD 22711003350
MUI No. 05830899

PRODUKSI OCBH : PT. NABISCO FOODS,
BEKASI 17330, INDONESIA

KOMPOSISI : GULA, TEPUNG TERIGU, MINYAK
MABATI, BUBUK COKLAT, SIRUP FRUKTOSA,
PATI, JAGUNG, GARAM, SODA KUE, LESITIN
KEDELAI, AROMA VANILA.

NABISCO

© MEREK DAGANG TERDAFTAR,
DI BAWAH LISENSI NABISCO INC,
EAST HANOVER, NJ 07936, USA.

TANGGAL PRODUKSI :
BAIK DIGUNAKAN SEBELUM :
KODE PRODUKSI :

8 992760 122011

NISSIN

The Most Authentic Taste!

RODEO

Chocolate Sandwich Cookies

NETTO : 200g.
Dep. Kes. RI. No. MD. 22711005112

NISSIN

The Most Authentic Taste!

RODEO

Chocolate Sandwich Cookies

KOMPOSISI :
Tepung Terigu, Gula, Lemak Nabati, Susu Bubuk,
Telur, Coklat Bubuk, Garam, Soda Kue, Penyedap,
Rasa dan Aroma Makanan.

INGREDIENTS :
Wheat Flour, Sugar, Hydrogenated Vegetable Oil,
Wax Powder, Fresh Egg, Cocoa Powder, Salt,
Leavening, Food Flavour.

Diproduksi Oleh: Manufactured by
PT. SERENA INDOPANGAN INDUSTRI
Bogor - Indonesia

Sebaiknya digunakan
Seselum Tanggal
Basi Bestori
Kode Produk

EXP 15-03-03
3.2116

8 988166 603

NISSIN

OLE-2

America's Style Biscuits

OLE-2

Cookies Sandwich Chocolate

NETTO : 100 g
Dep. Kes RI No. MD. 227102215001

NISSIN

OLE-2

America's Style Biscuits

OLE-2

Cookies Sandwich Chocolate

KOMPOSISI :
Tepung Terigu, Tepung Sereal, Tepung Coklat,
Gula, Vanili, Minyak, Garam, Susu Bubuk,
Aromatik, Kalsium.

INGREDIENTS :
Wheat Flour, Milk Powder, Cocoa Powder,
Sugar, Salt, Vanillin, Vegetable Oil, Ammonium
Bicarbonate

Diproduksi Oleh / Produced By : PT. ASIA SAKTI WANID FOODS MANUFACTURE, MEDAN - INDONESIA

4 711036 010470

arcatapet.com



Netto: 200g

Netto: 200g

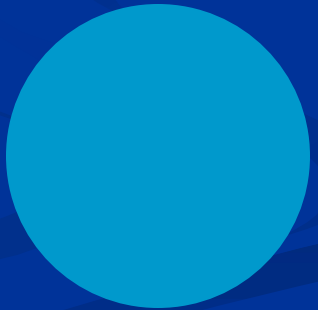
KOMPOSISI :
Tepung Terigu, Gula, Lemak Nabati, Susu Bubuk,
Telur, Coklat Bubuk, Garam, Soda Kue, Penyedap,
Rasa dan Aroma Meksikan.

INGREDIENTS :
Wheat Flour, Sugar, Hydrogenated Vegetable Oil,
Vanilla Powder, Fresh Egg, Cocoa Powder, Salt,
Leavening, Food Flavour.

Diproduksi Oleh/Manufactured by:
PT. SERENA INDOPANGAN INDUSTRI
Bogor - Indonesia

Sebelumnya digunakan
Sebelum Tanggal
Bulan/Botol
Rodeo Produk

Menurut Anda bagaimana?



Konsepsi Persamaan Pada Pokoknya di Indonesia

- Putusan MA-RI No.2279 PK/PDT/1992 Tanggal 6 Januari 1998, bahwa persamaan pada pokoknya dapat dinilai dari 7 aspek,yaitu: similarity of form, similarity of composition, similarity of combination, similarity of elements, phonetic similarity, similarity in appearance.
- Putusan MA-RI No.773 K/Pid/1997, untuk menentukan apakah ada persamaan merek dapat dilihat dari faktor-faktor: persamaan bunyi (sound similarity), persamaan kesan (the same impression), persamaan konotasi (same connotation), persamaan jalur pemasaran (trade channel) dan persamaan jenis barang .
- Bagaimana dengan barang yang tidak sejenis?

Putusan Mahkamah Agung R.I. tentang Merek Terkenal

- Yurisprudensi MA R.I. No.1272 K/Pdt/1984, tanggal 15 Januari 1986, tentang sengketa merek "SNOOPY" dan "WOODSTOCK" antara United Feature Syndicate Inc. melawan George Kalalo, bahwa "Secara hukum sesuai dengan moral perdagangan yang baik para pedagang wajib menjauhkan diri dari segala usaha untuk membonceng pada ketenaran merek dagang orang lain(nasional/asing), meskipun merek dagang tsb belum terdaftar di Indonesia bahkan merek dagang (asing) tsb belum masuk wilayah Indonesia."

Putusan Mahkamah Agung R.I. tentang Merek Terkenal

Putusan MA R.I. No. 032 K/N/HAKI/2003 tanggal 24 Pebruari 2004 tentang sengketa merek "PIONEER, "Bahwa bukti P1 s/d P11 telah ternyata merek PIONEER sudah terkenal di Jepang, Indonesia dan seluruh dunia. Dengan adanya merek PIONEER oleh Tergugat yang jelas –jelas mempunyai persamaan suara dengan merek PIONEER milik Penggugat, maka Mahkamah Agung berpendapat bahwa hal itu cukup membuktikan bahwa tergugat mendaftarkan mereknya secara tidak layak dan tidak jujur, dengan niat untuk membonceng , meniru atau menjiplak ketenaran merek PIONEER milik Penggugat demi kepentingan usahanya yang berakibat kerugian pada pihak Penggugat atau menyesatkan konsumen.

Fungsi Merek Sebagai Daya Pembeda

- Baca Pasal 1 angka 1 Undang-undang Merek
- Definisi merek dalam Undang-undang No.15 Tahun 2001, Pasal 1 angka 1 menunjukkan bahwa syarat mutlak merek adalah keharusan untuk memiliki daya pembeda.

Makna Esensial dari Konsep Daya Pembeda

- Tanda untuk mengidentifikasi barang dan/atau jasa bahwa barang dan/atau jasa tsb berasal dari produsen tertentu dan tanda untuk membedakan barang dan/atau jasa tersebut dari barang dan/atau jasa pihak lain;
- Daya pembeda dalam merek diperlukan untuk menghindari terjadinya penyesatan kepada konsumen.

Makna Esensial Daya Pembeda

- Blacks Law: *“distinctiveness is the quality of a trademarked word, symbol, or device that identifies the good of a particular merchant and distinguishes them from the goods of others”*
- Jay M Tyndal: *distinctiveness is the ability of a mark to distinguish in commerce the goods and services of one party from those of another*

Makna Essensial Daya Pembeda

- The purposes are:
 - a. Insuring that the mark identifies a single source;
 - b. Insuring that all competitors are free to use non distinctive terms to describe their respective goods and services.

Spectrum of Distinctiveness

- Selanjutnya untuk lebih memahami konsep daya pembeda kita perlu memahami *spectrum of distinctiveness* atau spektrum daya pembeda.
- **Fanciful--Arbitrary--Suggestive--Descriptive--Generic**
- **Fanciful: paling kuat daya pembedanya**
- **Generic: paling lemah daya pembedanya.**

Fanciful Mark

- Merek yang berupa kata-kata yang diciptakan sendiri atau tidak ada dalam kamus manapun dan tidak dikenal oleh kalangan umum, serta digunakan untuk kepentingan sebagai merek.
- Contoh: PERTAMINA, ESIA atau NOKIA.

Arbitrary Mark

- Merek yang berupa kata-kata yang sudah dikenal, tetapi penggunaan kata-kata tsb, untuk barang dan/atau jasa yang tidak sama dengan makna yang sudah dikenal umum.
- Contoh: PADI, maknanya tanaman pangan, tapi digunakan untuk merek group band. JEMPOL, secara harfiah adalah ibu jari tangan, tapi digunakan sebagai merek kartu telepon, atau KOMPAS, artinya alat penunjuk arah mata angin tetapi digunakan sebagai merek koran.

Suggestive Mark

- Merek yang berupa kata-kata yang sudah dikenal dan penggunaan kata-kata itu diharapkan dapat memberikan kesan mengenai barang dan/atau jasa. Kesan dalam arti imajinasi yang berkaitan dengan makna dari kata yang digunakan.
- Contoh: KIJANG, arti harfiah hewan yang dikenal lincah berlari, arti suggestive bahwa mobil tsb dapat melaju dengan lincah di tengah padatnya lalu lintas.

Descriptive Mark

- Merek yang berupa kata-kata yang umum, menggambarkan kualitas, kandungan, efek atau karakter lain yang dimiliki produk, sehingga konsumen mengerti arti merek tsb tanpa memerlukan suatu imajinasi.
- *Descriptive Mark* tidak dapat dilindungi karena unsur daya pembedanya sangat kecil. Kecuali merek tsb telah memiliki makna tambahan atau *Secondary Meaning*.

Contoh merek yang bersifat *descriptive*



Descriptive Mark

- *Secondary Meaning*

Makna tambahan tidak terjadi secara otomatis, tetapi terjadi karena upaya dari pemilik merek sehingga masyarakat umum telah dapat mengenali asal muasal atau pemilik merek tersebut (*single source of goods*).

Descriptive Mark

- 7 faktor yang menjadi indikasi bahwa *descriptive mark* mempunyai *secondary meaning*:
 - kesaksian langsung konsumen;
 - hasil survey konsumen;
 - eksklusifitas, durasi dan cara penggunaan;
 - jumlah dana yang dikeluarkan dan cara promosi;
 - jumlah penjualan dan konsumennya;
 - kemampuan bersaing di pasar; atau
 - bukti adanya penjiplakan merek tsb secara sengaja oleh produk lain

Descriptive Mark - Secondary Meaning

- Kasus Indonesia:

INDOMIE, MIESEDAP, SARIMIE, SUPERMIE, menunjukkan bahwa produknya mie.

Putusan Pengadilan Negeri Jakarta Pusat No.904/1970, tanggal 30-1-1971: Mie adalah istilah dalam bahasa Indonesia untuk mie dan SUPERMIE dapat diartikan sebagai sebuah mie dengan tipe khusus. SUPERMIE terdaftar sebagai mie instan.

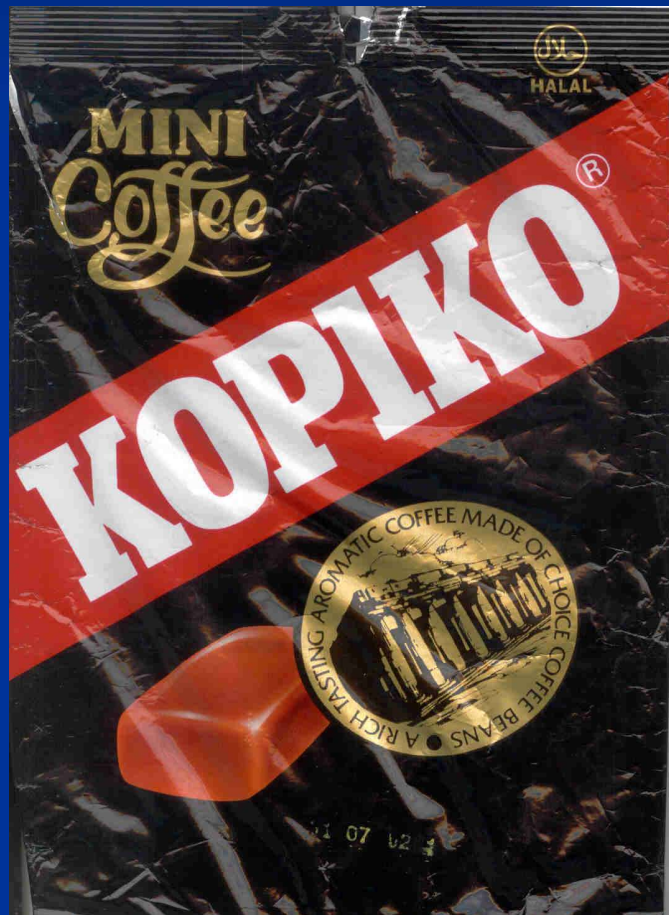
Descriptive Mark - Secondary Meaning

- Supermie case:
- The defendant raised as defense that the word SUPERMIE being verbally a nomination of super noodles can not be recognized and protected as a trademark. However the court held that SUPERMIE has become a trademark, as it has become well known as such by continues use and example advertisement in Indonesia market.

Descriptive Mark - Secondary Meaning

- *Secondary meaning* dapat juga diperoleh dengan membuat desain kemasan yang khas, mencantumkan nama dan alamat produsen dalam kemasan dan melakukan promosi, sehingga masyarakat dapat mengetahui bahwa merek INDOMIE, SUPERMIE, SARI MIE produsennya adalah Indofood, sedangkan mie sedap produsennya adalah Wings.

Apa pendapat Anda tentang gambar-gambar berikut?





Ada komentar?



Merek Generik

- Merek yang sudah menjadi milik umum: merek yang menggunakan nama yang umum dari suatu barang dan/atau jasa atau kategori dari suatu barang dan jasa. Merek Generik tidak dapat didaftar.
- Misalnya, merek CHAIR untuk kursi, tapi bagaimana dengan CHAIRMAN untuk kursi. Bagaimana Cilandak Town Square; Depok Town Square?

Merek Generik

- Penjelasan Pasal 5 UU Merek bahwa tanda tengkorak di atas dua tulang yang bersilang, yang secara umum telah diketahui sebagai tanda bahaya, tidak dapat digunakan sebagai merek
- World Intellectual Property Organization: “ *a sign is generic when it defines a category or type to which the goods belong. It is essential to the trade and also to consumers that nobody should allow to monopolize such a generic term. “For example FURNITURE for products , such as, table, chair and cup board.*
- Patishal and Hilliard: Perusahaan yang telah memiliki merek terdaftar yang dapat tergeneralisasi, misalnya,ASPIRIN,CELLOPHONE atau THERMOS dapat mencegah mereknya menjadi *generic term*, selama masa perpanjangan mereknya belum daluwarsa.

Prosedur Banding Merek



Penolakan Pendaftaran Merek

- Banding ke Komisi Banding Merek
- Pengadilan Niaga
- Kasasi

Pembatalan Merek Terdaftar – Ps 68

- Gugatan Pembatalan Pendaftaran Merek dapat diajukan oleh Pihak yang berkepentingan ke Pengadilan Niaga
- Alasan untuk mengajukan gugatan pembatalan:
 - Itikad tidak baik (Ps 4);
 - Seharusnya tidak dapat didaftar (Ps 5);
 - Mempunyai persamaan dengan merek terdaftar, merek terkenal/nama badan hukum milik orang lain/nama orang (Ps 6)

Pembatalan Merek Terdaftar – Ps 68

- Diajukan dalam jangka waktu 5 tahun sejak tanggal pendaftaran
- Pengecualian batasan 5 tahun : bertentangan dengan agama, kesusilaan dan ketertiban umum
- Terhadap putusan Pengadilan Niaga, terdapat upaya kasasi
- Terhadap putusan kasasi tidak ada upaya Peninjauan Kembali

Penghapusan Pendaftaran Merek – Ps 61-67

- Dapat dilakukan atas prakarsa:
 1. Ditjen HKI
 2. Permohonan pemilik merek ybs
 3. Pihak ketiga dalam bentuk gugatan ke Pengadilan Niaga

Penghapusan Pendaftaran Merek

- Ps 61 (2) Penghapusan dapat dilakukan jika :
 1. Merek tidak digunakan selama 3 tahun berturut-turut sejak tanggal pendaftaran atau pemakaian terakhir, kecuali :
 - a. Ada larangan impor
 - b. Larangan yang berkaitan dengan izin peredaran barang
 - c. Keputusan dari pihak yang berwenang yang bersifat sementara
 - d. Larangan serupa lainnya yang ditetapkan dengan Peraturan Pemerintah
 2. Merek yang digunakan untuk jenis barang/jasa yang tidak sesuai dengan yang terdaftar;
 3. Merek digunakan untuk merek yang tidak sesuai dengan merek terdaftar

Penyelesaian Sengketa (Ps 76-84)

- Pemilik merek terdaftar dapat mengajukan gugatan terhadap pihak lain yang secara tanpa hak menggunakan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya utk barang/jasa sejenis berupa:
 - Gugatan Ganti Rugi
 - Penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek tsb
- Gugatan diajukan ke Pengadilan Niaga
- Dalam gugatan ganti rugi, hakim dapat memerintahkan untuk menghentikan produksi, peredaran, perdagangan barang/jasa untuk menghindari kerugian
- Dapat melalui Arbitrase atau Alternatif Penyelesaian Sengketa

INDIKASI GEOGRAFIS

- suatu indikasi atau identitas dari suatu barang yang berasal dari suatu tempat, daerah atau wilayah tertentu yang menunjukkan adanya kualitas, reputasi dan karakteristik termasuk faktor alam dan faktor manusia yang dijadikan atribut dari barang tersebut.
- Tanda yang digunakan sebagai indikasi-geografis dapat berupa:
 - etiket atau label yang dilekatkan pada barang yang dihasilkan
 - nama tempat, daerah, atau wilayah, kata, gambar, huruf, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut.

INDIKASI GEOGRAFIS

- Perlindungan indikasi-geografis meliputi barang-barang yang dihasilkan oleh alam, barang hasil pertanian, hasil kerajinan tangan; atau hasil industri tertentu lainnya.
- Indikasi-geografis mendapat perlindungan setelah terdaftar atas dasar permohonan yang diajukan oleh :
 - lembaga yang mewakili masyarakat di daerah yang memproduksi barang yang bersangkutan (pihak yang mengusahakan barang yang merupakan hasil alam atau kekayaan alam; produsen barang hasil pertanian; pembuat barang-barang kerajinan tangan atau hasil industri; atau pedagang yang menjual barang tersebut_
 - lembaga yang diberi kewenangan untuk itu; atau
 - kelompok konsumen barang tersebut

Indikasi Asal

- Indikasi-asal dilindungi sebagai suatu tanda yang:
 - memenuhi ketentuan Pasal 56 ayat (1), tetapi tidak didaftarkan; atau
 - semata-mata menunjukkan asal suatu barang atau jasa.

Ketentuan Pidana

- Dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan merek yang mempunyai persamaan secara keseluruhannya dengan merek terdaftar milik pihak lain (Pasal 90) ⇒ Pidana max 5 tahun dan/atau denda max 1 miliar
- Dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya dengan merek terdaftar milik pihak lain (Pasal 91) ⇒ Pidana max 4 tahun dan/atau denda max 800 juta
- Dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan tanda yang sama pada keseluruhannya dengan indikasi geografis milik pihak lain (pasal 92 ayat (1)) ⇒ Pidana max 5 tahun dan/atau denda max 1 miliar

Ketentuan Pidana

- Dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan tanda yang sama pada pokoknya dengan indikasi geografis milik pihak lain (pasal 92 ayat (2)) ⇒ Pidana max 4 tahun dan/atau denda max 800 juta
- Dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan tanda yang dilindungi berdasarkan indikasi asal sehingga menyesatkan masyarakat (Pasal 93) ⇒ Pidana max 4 tahun dan/atau denda max 800 juta
- Memperdagangkan barang/jasa yang merupakan pelanggaran merek (Pasal 94) ⇒ Pidana max 1 tahun dan/atau denda max 200 juta

TERIMA KASIH