

ABSTRAK

Menurut ketentuan Undang-Undang Nomor 42 Tahun 1999 tentang Jaminan Fidusia, pelaku usaha dapat memperoleh kredit untuk tambahan modal perusahaan dengan menggunakan mereknya sebagai objek beban atau sebagai objek Jaminan Fidusia dan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Tujuan penelitian dari penulisan hukum ini adalah untuk mengetahui, mengkaji, dan menganalisa Pembebanan Jaminan Fidusia terhadap Hak atas Merek ditinjau dari Undang-Undang Nomor 42 Tahun 1999 tentang Jaminan Fidusia dan Bagaimana kedudukan hak merek dalam pembebanan jaminan Fidusia.

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan hukum ini adalah yuridis normatif, yaitu suatu metode yang menggunakan sumber data sekunder, seperti peraturan perundang-undangan, teori, dan pendapat ahli, untuk menganalisis dan menarik kesimpulan dari permasalahan yang akan digunakan untuk menguji dan mengkaji data sekunder.

Jaminan Fidusia atas hak merek dapat dilakukan sesuai dengan tata cara yang diatur dalam Undang-Undang Jaminan Fidusia. Merek harus didaftarkan terlebih dahulu dan mendapatkan sertifikat merek sebelum dapat digunakan. Jadi sertifikat merek memiliki nilai dan arti penting dalam proses jaminan merek. Kedudukan Hak Atas Merek Terhadap Pembebanan Jaminan Fidusia tergantung pada bagaimana itu dikategorikan, merek dapat dianggap sebagai hak milik bergerak yang tidak berwujud, yang memungkinkan untuk diwakili dengan cara yang sama seperti barang bergerak lainnya dalam kontrak yang sama, dengan beberapa penyesuaian.

Kata Kunci: Hak Merek, Jaminan Fidusia, Tambahan Modal, Jaminan

ABSTRACT

According to the provisions of Law Number 42 of 1999 concerning Fiduciary Guarantees, business actors can obtain credit for additional capital by using their mark as an object of burden or as an object of Fiduciary Guarantee and Law Number 20 of 2016 concerning Marks and Geographical Indications. It is crucial for business actors to surrender their trademark rights as objects of fiduciary duty to obtain banking credit for developing business centers that require additional capital. The purpose of this legal research is to find out, examine, and analyze the imposition of Fiduciary Guarantees on Marks in terms of Law Number 42 of 1999 concerning Fiduciary Guarantees and how the position of brand rights in the imposition of Fiduciary guarantees.

The research method used in this legal writing is normative juridical, namely the method that uses secondary data sources, such as legislation, theories, and expert opinions, to analyze and draw conclusions from the problems that will be used to test and examine secondary data.

Fiduciary guarantees on brand rights can be carried out in accordance with the procedures regulated in the Fiduciary Guarantee Law. Brands must first and obtain a certificate before they can be used. So the brand certificate has value and importance in the brand assurance process. The position of trademark rights against the imposition of fiduciary security depends on how it is categorized, a mark can be considered an intangible property right, which allows it to be displayed in the same way as other movable goods in the same contract, with some adjustments.

Keywords: Trademark Rights, Fiduciary Guarantees, Additional Capital, Collateral