

ABSTRAK

Penelitian ini, berjudul Pelaksanaan Perlindungan Hukum Atas Produk Kaus/ *clothing* Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemilik merek tersebut memperoleh suatu perlindungan hukum produk kaus/ *clothing* dan hambatan yang dihadapi serta solusi dalam pelaksanaan perlindungan hukum menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

Metode penelitian menggunakan pendekatan yuridis sosiologis. Sumber data diperoleh dari beberapa tahapan yaitu melalui penelitian lapangan (wawancara) dan penelitian pustaka. analisis data dengan cara sistematis meliputi reduksi data, penyajian Data serta penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian dari penulisan menyimpulkan bahwa Pelaksanaan Perlindungan Hukum Atas Produk Kaus/ *clothing* Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis belum berjalan secara efektif. Penghambat pelaksanaan perlindungan hukum ini berasal dari eksternal dan internal yaitu rendahnya SDM, terbatasnya informasi dan wawasan dari pada para pelaku usaha, kurangnya kesadaran hukum para pihak terkait (penjual dan konsumen), adanya kebutuhan akan barang bermerek terkenal dengan harga murah, keengganan pemilik merek untuk memproses gugatan terkait masalah dana terhadap tindak pelanggaran yang dilakukan oleh para pedagang mikro, kecil, dan menengah, mudahnya memberikan izin usaha serta belum optimalnya proses pengawasan dan pembinaan dari DJKI dan instansi-instansi terkait kepada para pelaku usaha dan masyarakat menyebabkan tindak pelanggaran ini masih tetap berlangsung.

Kata Kunci: Pelaksanaan, Perlindungan Hukum, Produk Kaus/ *clothing*

ABSTRACT

This study, entitled Implementation of Legal Protection for T-shirt/ clothing products according to Law Number 20 of 2016 concerning Brands and Geographical Indications, this study aims to find out how the owner of the brand obtains legal protection for t-shirt/ clothing products and the obstacles faced as well as solutions in implementation of legal protection according to Law Number 20 of 2016 concerning Marks and Geographical Indications.

The research method uses a sociological juridical approach. Sources of data obtained from several stages, namely through field research (interviews) and library research. data analysis in a systematic way includes data reduction, data presentation and drawing conclusions.

The results of the research from the writing conclude that the implementation of legal protection for t-shirt/ clothing products according to Law Number 20 of 2016 concerning Brands and Geographical Indications has not run effectively. Barriers to the implementation of legal protection come from external and internal sources, namely low human resources, limited information and insight from business actors, lack of legal awareness of related parties (sellers and consumers), the need for well-known branded goods at low prices, reluctance of brand owners to processing lawsuits related to funding issues for violations committed by micro, small and medium traders, the ease of granting business permits and the lack of optimal supervision and guidance from the DJKI and related agencies to business actors and the public, causing these violations to persist. take place.

Keywords: *Implementation, Legal Protection, Products T-shirts / clothing*

