

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kecantikan atau keindahan merupakan hal yang identik dengan perempuan. Semua perempuan ingin berpenampilan cantik didepan setiap orang oleh sebab itu kecantikan merupakan hal yang penting bagi setiap perempuan. Berdasarkan hal tersebut setiap perempuan akan rela mengeluarkan cukup banyak uang untuk dapat terlihat cantik. Namun kerap kali yang menjadi masalah adalah suatu kualitas dari produk dagang kecantikan dikarenakan setiap produk barang kecantikan memiliki kualitas yang berbeda-beda oleh sebab itu untuk membedakan suatu produk tersebut setiap produsen harus mempunyai tanda atau merek. Hal tersebut bertujuan untuk membedakan barang atau jasa yang diproduksi atau dibuat perusahaan lain yang sejenis.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), arti merek dagang adalah nama, simbol, gambar, huruf, kata, atau tanda lainnya yang digunakan oleh industri dan perusahaan dagang untuk memberi nama pada barang-barangnya dan membedakan diri dari yang lain, biasanya dilindungi oleh hukum. Merek dagang berasal dari kata dasar merek.¹

Menurut Pasal 1 angka (2) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, Merek dagang adalah merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-

¹ Apa itu merek dagang, <https://kbbi.lektur.id/merek-dagang> (diakses pada 18 Agustus 2023 pukul 21.44)

sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang sejenis lainnya. Namun untuk itu agar suatu merek tersebut berlaku dan melekat pada suatu produk maka merek tersebut harus didaftarkan terlebih dahulu. Sebelum mendaftarkan suatu merek dagang ada beberapa persyaratan dalam mendaftarkan suatu merek dagang. Terdapat beberapa syarat yang harus dipenuhi untuk mendaftarkan merek dagang, seperti:

1. Etiket atau label merek
2. Tanda tangan pemohon
3. Surat rekomendasi UKM Binaan atau Surat Keterangan UKM Binaan Dinas (asli) untuk pemohon Usaha Mikro dan Usaha Kecil (UMK) dapat membuat surat rekomendasi sesuai format
4. Surat pernyataan UMK bermaterai dan untuk pemohon UMK dapat mengunduh surat pernyataan sesuai format.

Setelah memenuhi syarat tersebut maka dilakukan permohonan pendaftaran merek dagang tersebut². Menurut Pasal 4 angka (3) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Berdasarkan praktik di Direktorat Merek Ditjen Hak Kekayaan Intelektual, untuk pendaftaran merek oleh instansi, seluruh dokumen dalam pendaftaran merek ini ditandatangani oleh pimpinan instansi yang bersangkutan. Sebagai tambahan, dalam permohonan pendaftaran merek oleh instansi, perlu

² Syarat yang harus dipenuhi untuk mendaftarkan merek dagang. 10 Mei 2023, https://dgip.go.id/menu-utama/merek/syarat-prosedur_pukul_20.10 (diakses pada 10 Mei 2023 pukul 20.10)

dilampirkan Surat Keputusan (SK) pengangkatan pimpinan instansi. Pendaftaran merek dilakukan pada Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual.³

Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual adalah instansi pendaftaran merek yang ditugaskan untuk mendaftarkan merek yang dimohonkan pendaftarannya oleh pemilik merek. Pendaftaran merek dilakukan dengan memenuhi syarat-syarat sebagaimana telah ditentukan oleh Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016. Ada dua sistem yang dianut dalam pendaftaran merek yaitu sistem deklaratif dan sistem konstitutif (atributif). Undang-Undang Merek Tahun 2016 dalam sistem pendaftarannya menganut sistem konstitutif, sama dengan Undang-Undang sebelumnya yakni Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 dan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997.⁴ Perubahan yang mendasar dalam Undang-Undang Merek Indonesia. Mendaftarkan merek dagang terlebih dahulu agar tidak ada terjadinya meniru, menjiplak, atau mengikuti merek dagang tersebut sehingga membuat dampak kerugian terhadap si pemilik merek dagang tersebut. Setelah diterimanya permohonan pendaftaran merek dagang tersebut maka telah memenuhi seluruh persyaratan yang ditentukan oleh undang-undang. Setelah memenuhi persyaratan tersebut maka si pemilik merek dagang tersebut akan mendapatkan Surat penunjukan (*Letter of Appointment*) dari pihak prisipal.

Merek sebagai sebuah logo, simbol atau penamaan dari sebuah bisnis atau usaha sangat penting untuk didaftarkan secara resmi, agar si pengusaha atau si

³ Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Pasal 4 Angka 3 tentang Permohonan pendaftaran merek oleh instansi di Direktorat Merek Ditjene Hak Kekayaan Intelektual. Undang-undang, 10 Mei 2023, pukul 20.30

⁴ Sistem yang dianut dalam pendaftaran merek. 10 Mei 2023 Sudargo Gautama dan Rizawanto Winata I, Himpunan Keputusan Merek Dagang, (Bandung: PT. Alumni, 1997), hal. 33 pukul 21.58

pebisnis ini punya dasar hukum ketika brand usahanya dipakai atau disalahgunakan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab. Intinya adalah untuk menghindari kerugian bagi si pemilik Merek itu sendiri sebagai orang yang memiliki hak atas brand tersebut. Begitu pentingnya Merek sebagai pengenalan dari sebuah bisnis atau usaha ataupun produk ini sehingga keberadaannya harus dilindungi secara hukum oleh si pemilik usaha. apabila sebuah produk dengan nama yang sudah terkenal, menghasilkan laba yang tidak sedikit, namun karena mereknya di salah gunakan oleh oknum yang tidak bertanggung jawab, seperti penggunaan merek pada barang palsu yang menyebabkan kerugian konsumen misalnya, maka sudah bisa dipastikan penjualan dari produk ini sendiri akan terus menurun. Selain itu rusaknya nama dari sebuah usaha dan pastinya dari produk tadi. Dalam kasus seperti ini, si pemilik usaha/bisnis pemilik merek tidak bisa mengajukan gugatan atau tuntutan secara hukum apabila Merek dagangnya belum terdaftar secara resmi. Sehingga siapapun boleh menggunakan merek tersebut tanpa adanya sanksi hukum.

Sebagai salah satu bentuk karya intelektual, Merek berfungsi untuk membedakan produk barang atau jasa antara satu produsen dengan produsen lainnya. Merek juga memiliki fungsi sebagai tanda pengenalan yang menunjukkan asal barang dan jasa, sekaligus menghubungkan barang dan jasa yang bersangkutan dengan produsennya. Suatu Merek tertentu sering dianggap menggambarkan jaminan kepribadian (*individuality*) serta reputasi atas suatu barang dan jasa hasil usaha sewaktu diperdagangkan. Melihat pentingnya peranan Merek ini, oleh karena itu sangatlah penting untuk memberikan perlindungan hukum terhadap Merek yang akan digunakan dalam kegiatan perdagangan. Setidaknya terdapat 2 (dua) alasan mengapa

Merek perlu dilindungi oleh hukum yang berlaku di Indonesia, yaitu sebagai berikut: Alasan Non Ekonomis. Dengan adanya perlindungan hukum bagi merek, maka perorangan atau badan usaha yang menghasilkan karya-karya intelektual berupa logo merek akan terus dipecut untuk selalu melakukan kreativitas intelektual yang nantinya akan meningkatkan “aktualisasi diri (*self actualization*)” pada mereka yang menghasilkan karya-karya intelektual tersebut. Alasan Ekonomis. Perlindungan hukum dalam hal ini yaitu dengan melindungi mereka yang melahirkan karya-karya intelektual untuk mendapatkan keuntungan materiil dari karya-karyanya. Selain itu, juga untuk melindungi mereka juga dari adanya peniruan, pembajakan, penjiplakan maupun perbuatan curang lainnya yang dilakukan oleh orang lain atas karya-karya mereka yang memiliki hak terhadap merek.⁵

Secara umum, alur proses penyelesaian sengketa merek dilakukan mulai dari pendaftaran gugatan oleh pemilik merek terdaftar dan/atau penerima lisensi merek terdaftar. Dalam sengketa merek pasti ada pihak tergugat dan penggugat. Pihak tergugat adalah pemilik merek terdaftar di mana gugatan yang diajukan merupakan pembatalan atau penghapusan merek. Gugatan tersebut diajukan karena pihak tergugat menggunakan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya untuk barang dan/atau jasa yang sejenis yang telah terdaftar. “Proses gugatan sengketa merek itu merupakan kewenangan absolut dari pengadilan niaga maka terdapat beberapa upaya hukum yang dapat dilakukan untuk suatu sengketa merek baik secara hukum perdata. Yang kedua, upaya hukum sengketa merek secara pidana, dapat

⁵ Alasan mengapa merek harus dilindungi, 10 Mei 2023 <https://optimasihki.id/alasan-mengapa-merek-harus-dilindungi-today-blog/> pukul 20.50

dilakukan apabila terdapat delik aduan maupun apabila terdapat pihak lain yang tidak memiliki hak atas merek dimaksud melakukan produksi dan/atau memperdagangkan tanpa izin. Ketiga, upaya hukum secara tata usaha negara dalam sengketa merek dapat dilakukan gugatan terhadap keputusan penghapusan merek terdaftar atas prakarsa Menteri Hukum dan HAM. Dalam suatu proses penyelesaian sengketa merek, Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual (DJKI) memiliki tugas untuk menghadiri persidangan jika menjadi pihak yang masuk dalam gugatan. Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual (DJKI) juga wajib menjalankan putusan pengadilan dengan catatan apabila Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual (DJKI) telah menerima hasil salinan resmi putusan dari suatu sengketa merek⁶.

Akan tetapi kerap kali adanya suatu sengketa merek dagang yang terjadi dikarenakan salah satu pihak menganggap bahwa merek tersebut merupakan hak mereka sehingga terciptalah suatu sengketa pada suatu merek. Terdapat banyak jumlah kasus sengketa merek di direktori perkara mahkamah agung yaitu sebanyak 842096 data tentang sengketa merek⁷. Seperti halnya pada putusan Nomor 39/Pdt.Sus-Merek/2019/Pn.Jkt.Pst, menimbang bahwa dari dalil gugatan yang diajukan oleh penggugat bahwa penggugat mengajukan gugatan ini untuk mendapatkan keadilan dan kepastian hukum yang seharusnya diperoleh oleh penggugat selaku pihak yang paling berhak atas merek Bioaqua dan bukan pihak tergugat dimana penggugat adalah pihak yang merasa dirugikan akibat perbuatan

⁶ Alasan mengapa Dirjen KI menemui pendaftaran merek-merek yang bersangkutan itu, <https://dgip.go.id/index.php/artikel/detail-artikel/pelaku-usaha-perlu-pahami-proses-hukum-dalam-sengketa-merek?kategori> (diakses pada 8 Agustus 2023 pukul 19.43)

⁷ Jumlah sengketa merek di Direktori perkara Mahkamah Agung, <https://putusan3.mahkamahagung.go.id/search.html?q=sengketa%20merek&tp=0> (diakses pada 10 Agustus 2023 pukul 09.21)

tergugat. Penggugat telah mendaftarkan hak merek Bioaqua tersebut pada tahun 2016 dan pada tahun 2019 tergugat melakukan pendaftaran merek lagi atas merek yang sama. Atas perbuatan tergugat maka penggugat menderita kerugian. Dalam hal ini pelanggan menjadi merasa dirugikan dan berkurang peminatnya. Oleh karena itu penggugat mengajukan gugatan kepada tergugat agar penggugat mendapatkan kepastian hukum atas perbuatan tergugat. Penggugat melakukan pendaftaran merek tersebut pada tanggal 21 Agustus 2016 dan pada tanggal 30 Agustus 2017 izin telah dilegasi oleh Konsulat Jenderal Republik Indonesia di Shanghai No. 1238/PK.07.03/11/17/04 tertanggal 9 Nopember 2017. Tergugat melakukan pendaftaran merek tersebut pada tanggal 27 Maret 2019.

Bioaqua adalah merek perawatan kulit (*skincare*) dan kosmetik dari Cina dengan formula yang berasal dari keluarga kerajaan Prancis. Merek (*Brand*) ini secara aktif mengirim penelitinya ke berbagai negara untuk mempelajari teknologi kecantikan mutakhir. Lalu, mereka mengadaptasinya ke dalam produk Bioaqua. Hal tersebut dilakukan agar produk Bioaqua dan manfaatnya dapat memenuhi kebutuhan unik setiap orang. Di Indonesia Bioaqua hadir sejak 2021 dan sudah terdaftar di BPOM. Bioaqua sendiri memiliki beragam jenis perawatan kulit (*skincare*), seperti produk untuk perawatan wajah, area mata, badan, rambut, bahkan khusus area hidung. Bioaqua bukan hanya menyediakan produk untuk wajah, melainkan juga area badan lainnya. Beberapa produk digunakan untuk perawatan badan, sedangkan produk lainnya khusus untuk mata⁸.

⁸ Pengertian merek dagang bioaqua, <https://id.my-best.com/137161> (diakses pada 8 Agustus 2023 pukul 19.25)

Penggugat mengajukan gugatan ini untuk mendapatkan keadilan dan kepastian hukum yang seharusnya diperoleh oleh penggugat selaku pihak yang paling berhak atas merek Bioaqua dan bukan pihak tergugat dimana tergugat memperoleh merek Bioaqua dengan itikad tidak baik oleh karna faktanya pengggugat telah lebih dahulu mengajukan permohonan pendaftaran merek daripada tergugat dan juga telah mendapatkan izin dari pihak prinsipal untuk mendaftarkan merek Bioaqua berdasarkan Surat penunjukan (*letter of appointment*) yang akan ditandatangani oleh pihak prinsipal apabila penggugat telah tercatat sebagai pemilik merek Bioaqua. Namun demikian, ditengah-tengah proses pendaftaran merek oleh penggugat tersebut, tergugat mengajukan merek yang lebih dahulu dimohonkan haknya oleh pengggugat.

Berdasarkan putusan pengadilan tersebut hakim menolak gugatan pembatalan merek yang diajukan oleh penggugat untuk seluruhnya dan menghukum kepada penggugat untuk membayar biaya yang timbul dalam perkara ini, yang ditaksir sebesar Rp 1.661.000,00 (satu juta enam ratus enam puluh satu ribu rupiah). Berdasarkan putusan kasus nomor 39/Pdt.Sus-Merek/2019/Pn.Niaga.Jkt.Pst dapat dipahami bahwa pengggugst mengajukan gugatan untuk mendapatkan keadilan dan kepastian hukum yang seharusnya diperoleh Penggugat. Penggugat telah mengajukan permohonan pendaftaran atas merek dagang yaitu berupa “BIOAQUA” dan logo berupa tulisan kanji pada tanggal 21 Agustus 2016 pendaftaran mana telah diterima secara resmi oleh Turut Tergugat pada tanggal 23 Agustus 2016. Bahwa atas diterimanya permohonan pendaftaran a quo maka penggugat telah memenuhi seluruh persyaratan yang ditentukan oleh undang-undang. Penggugat menyatakan yang pada pokoknya permohonan penggugat dengan nomor permohonan D00201639283

tanggal 23 agustus 2016. Maka penggugat bukan pemilik merek ‘BIOAQUA’ sebatas baru mendaftarkan permohonan merek. Sedangkan Tergugat dalam pengajuan permohonan Merek Bioaqua dan telah mendapatkan sertifikat dengan Nomor IDM 000640247 pada tanggal 27 Maret 2019, untuk kelas barang/jasa 03. Yang menjadi pemilik hak merek tersebut adalah pihak yang pertama melakukan pendaftaran. Diketahui dari perkara putusan nomor 39/Pdt.Sus-Merek/2019/Pn.Niaga.Jkt.Pst tergugat melakukan pendaftaran yg ke dua setelah penggugat. Pengggugat telah melakukan permohonan pendaftaran pada tahun 2016 sedangkan tergugat tahun 2019. Secara hukum yang di lindungi oleh hukum adalah penggugat sebagai pemilik yang sah secara hukum. Berdasarkan uraian latar belakang dan analisis putusan diatas membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam bentuk skripsi yang berjudul “**Analisa Yuridis Penyelesaian Sengketa Merek Dagang Bioaqua (Studi Putusan Nomor 39/Pdt.Sus-Merek/2019/PN.Niaga.Jkt.Pst)**”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut agar tidak menyimpang dari judul yang ditetapkan maka penulis memfokuskan pada masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penyelesaian sengketa merek dagang yang meniru atau memakai merek dagang yang sudah terdaftar terlebih dahulu?
2. Apakah dasar pertimbangan hakim dalam memutuskan perkara meniru merek dagang yang sudah terdaftar terlebih dahulu dalam putusan nomor 39/Pdt.Sus-Merek/2019/PN.Niaga.Jkt.Pst?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui penyelesaian sengketa merek dagang yang meniru atau memakai merek dagang yang sudah terdaftar terlebih dahulu.
2. Untuk mengetahui dasar pertimbangan hakim dalam memutuskan perkara meniru merek dagang yang sudah terdaftar dahulu.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis, penulisan ini diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi mahasiswa khususnya Fakultas Hukum maupun masyarakat pada umumnya mengenai sengketa merek dagang yang meniru atau memakai merek dagang yang sudah terdaftar terlebih dahulu.
2. Secara Praktis, Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sebuah masukan bagi perkembangan hukum tentang sengketa merek dagang yang meniru atau memakai merek dagang yang sudah terdaftar terlebih dahulu
3. Bagi Peneliti, mengharapakan dengan selesainya hasil penelitian ini dapat menjadi syarat dalam menyelesaikan studi (S – 1) di Fakultas Hukum Universitas HKBP Nommensen Medan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Tentang Hak Kekayaan Intelektual

1. Dasar Hukum dan Defenisi Hak Kekayaan Intelektual

Pengertian Hak Kekayaan Intelektual adalah hak yang berasal dari hasil kegiatan intelektual manusia yang mempunyai manfaat ekonomi. Konsepsi mengenai Hak Kekayaan Intelektual didasarkan pada pemikiran bahwa karya intelektual yang telah dihasilkan manusia memerlukan pengorbanan tenaga, waktu dan biaya. Pengorbanan ini menjadikan karya yang telah dihasilkan memiliki nilai ekonomi karena manfaat yang dapat dinikmatinya. Ini mendorong butuhnya penghargaan atas hasil berupa perlindungan hukum.⁹ Hak Kekayaan Intelektual merupakan terjemahan dari Intellectual Property Rights (IPR), sebagaimana diatur dalam Undang-Undang No. 7 Tahun 1994 tentang pengesahan WTO (*Agreement Establishing The World Trade Organization*), yang artinya hak atas kekayaan dari kemampuan intelektual manusia, yang mempunyai hubungan dengan hak seseorang secara pribadi (*human rights*). *World Intellectual Property Organization* (WIPO) menyatakan hal ini sebagai kreasi pemikiran manusia yang meliputi invensinya, karya sastra dan seni, simbol, nama, citra dan desain yang digunakan dalam perdagangan.¹⁰

Menurut Konvensi World Intellectual Property Organization (WIPO), Hak Kekayaan Intelektual diartikan sebagai hak milik intelektual dapat memasukkan hak-hak yang berkaitan dengan karya sastra, karya seni dan hasil karya ilmiah, invensi-

⁹ Adrian Sutedi, *Hak Atas Kekayaan Intelektual*, Jakarta, Sinar Grafika, 2013, h 13.

¹⁰ Tomi Suryo Utomo, *Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di Era Globalisasi*, Sebuah Kajian Kontemporer, Yogyakarta, Graha Ilmu, 2010, h 1.

invensi di semua bidang usaha manusia, penemuan ilmiah, desain industri, merek dagang, merek jasa, dan nama-nama dalam penandaan-penandaan komersial, perlindungan terhadap persaingan tidak sehat, dan seluruh haklain hasil dari aktivitas intelektual yang berhubungan dengan industri, karya ilmiah, karya sastra, dan bidang-bidang seni.” Berikut ini beberapa definisi Hak Kekayaan Intelektual menurut para ahli, antara lain:

- a. Harsono Adisumarto, mendefinisikan bahwa istilah “property” adalah kepemilikan di mana orang lain dilarang menggunakan hak itu tanpa izin dari pemiliknya. Sedangkan kata “intellectual” berkenaan dengan kegiatan intelektual berdasarkan daya cipta dan daya pikir dalam bentuk ekspresi ciptaan sastra, seni dan ilmu, serta dalam bentuk penemuan sebagai benda immateriil, dan kata “intelektual” itu harus diletakkan pada setiap karya atau temuan yang berasal dari kreativitas berpikir manusia tersebut.
- b. Peter Mahmud Marzuki mendefinisikan Hak Kekayaan Intelektual adalah suatu hak yang timbul dari karya intelektual seseorang yang mendatangkan keuntungan materiil.
- c. Muhammad Djumhana & R. Djubaedillah mendefinisikan Hak Kekayaan Intelektual sebagai hak yang berasal dari kegiatan kreatif manusia yang diekspresikan kepada khalayak umum dalam berbagai bentuknya, yang memiliki manfaat serta berguna dalam menunjang kehidupan manusia, juga bernilai ekonomi.¹¹
- d. A. Zen Umar Purba mendefinisikan bahwa Hak Kekayaan Intelektual merupakan aset yang secara hukum menimbulkan hak dan kewajiban bagi pemiliknya, seperti juga aset-aset yang lain, seperti tanah dan sertifikat, dan kepemilikan benda-benda bergerak, melekat pada yang menguasai. Untuk itu diperlukan suatu proses pendaftaran guna mendapatkan tanda kepemilikan dari negara. Kesadaran bahwa karya intelektual merupakan benda tidak berwujud yang dapat dijadikan aset adalah kunci pokok permasalahan, selanjutnya dengan adanya unsur kepemilikan, diharapkan dapat menumbuhkan kreativitas usaha.¹²

¹¹ Muhammad Djumhana & R. Djubaedillah, *Hak Milik Intelektual* (Sejarah, Teori dan Prakteknya di Indonesia), Bandung, Citra Aditya Bakti, 1997, h 150- 160

¹² *Ibid.*, h 55-56.

Menurut Penulis, Hak Kekayaan Intelektual adalah Hak Kekayaan Intelektual yang berasal dari alam bawah sadar atau dalam pikiran seseorang dari kreatifitas seseorang dalam berbagai bentuk, dan memiliki manfaat bagi penggunanya.

Hak Kekayaan Intelektual adalah merupakan terjemahan langsung dari *intellectual property*. Selain istilah dari *intellectual property* juga dikenal dengan istilah *intangible property*, *creative property* dan *incoporeal property*. Hak Kekayaan Intelektual merupakan suatu hak milik yang berada dalam ruang lingkup kehidupan teknologi, ilmu pengetahuan maupun seni dan sastra. Kepemilikan terhadap hak kekayaan intelektual adalah terhadap hak kebendaan, hak atas sesuatu benda yang bersumber dari hasil kerja otak, hasil kerja rasio. Hasil dari pekerjaan rasio manusia yang menalar. Hasil pekerjaan otak disini adalah berupa benda imateril (benda tidak bewujud) sebagai contoh, dapat kita lihat sebuah karya cipta lagu, dalam menciptakan sebuah alunan nada (irama) diperlukan pekerjaan otak. Hasil dari pekerjaan otak itu kemudian dirumuskan sebagai intelektualitas.¹³

Dapat dikatakan bahwa Hak Kekayaan Intelektual adalah pengakuan dan penghargaan pada seseorang atau badan hukum atas penemuan atau ciptaan karya intelektual mereka dengan memberikan hak-hak khusus bagi mereka baik yang bersifat sosial maupun ekonomis.¹⁴

Objek yang diatur di dalam Hak Kekayaan Intelektual adalah hal yang lahir dari karya pikir seseorang. Apabila orang lain dibiarkan untuk memanfaatkan suatu karya

¹³ Pratius Daritan, *Hukum Merek dan Persengketaan Merek di Indonesia*, (Depok Universitas Indonesia), 2015, h 10

¹⁴ Suyud Margono dan Amir Angkasa, *Komersialisasi Aset Intelektual - Aspek Hukum Bisnis*, Jakarta, Grasindo, 2002, h 24.

secara sebeb-bebasnya maka manfaat dari karya itu hanya akan dinikmati orang lain, sedangkan pemiliknya tidak memperoleh hal yang sebanding.¹⁵

Defenisi Hak Kekayaan Intelektual menurut WIPO (*world Intellectual Property Organization*) sebagai organisasi Hak Kekayaan Intelektual dunia adalah, *Intellectual Property means the legal right which result from intellectual activity in industrial, scientific, literary and artistic fields.*¹⁶ Hak Kekayaan Intelektual ini tidak semata-mata timbul dari sebuah ide saja, melainkan baru ada bila kemampuan manusia itu telah membentuk sesuatu yang bisa dilihat, didengar, dibaca maupun dipakai secara praktis.

Dari uraian-uraian tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa Hak Kekayaan Intelektual ini merupakan hak yang berasal dari hasil kegiatan kreatif dari otak manusia, suatu kemampuan daya pikir manusia yang dapat diekspresikan kepada khalayak umum dalam beragam bentuknya, yang mempunyai manfaat serta berguna dalam menunjang kehidupan manusia, serta memiliki nilai ekonomis.

Secara garis besar HKI dibagi menjadi 2 (dua) bagian, yaitu:

a. Hak cipta (*copyrights*)

Hak cipta adalah hak *eksklusif* bagi pencipta atau penerima hak untuk mengumumkan atau memperbanyak ciptaannya atau memberi izin untuk itu dengan tidak mengurangi pembatasan-pembatasan menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku.

¹⁵ Haris Munandar dan Sally Sitanggang, *Mengenal Hak Kekayaan Intelektual, Hak Cipta, Paten, Merek, dan Seluk-Beluknya*, Jakarta, Erlangga, 2008, h 4.

¹⁶ Muhammad Djumhana dan R. Djubaedillah, *Hak Milik Intelektual Sejarah, Teori dan Prakteknya di Indinesia*, (Bandung Citra Aditya Bakti), 1997, h 20

b. Hak kekayaan industri (*industrial proprty right*), yang mencakup

a) Paten(*patent*);

Paten adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada inventor atas hasil invensinya di bidang teknologi, yang untuk selama waktu tertentu melaksanakan sendiri invensinya tersebut kepada pihak lain untuk melaksanakannya.

b) Desain industri (*industrial designs*);

Desain Industri adalah suatu kreasi tentang bentuk, konfigurasi, atau komposisi garis atau warna, atau garis dan warna, atau gabungan daripadanya yang berbentuk tiga dimensi atau dua dimensi yang memberikan kesan estetis dan dapat diwujudkan dalam pola tiga dimensi atau dua dimensi serta dapat dipakai untuk menghasilkan suatu produk, barang, komoditas industri, atau kerajinan tangan.

c) Merek (*trademark*);

Merek adalah suatu “tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa. Merek dagang adalah merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang-barang sejenis lainnya. Pemakaian merek berfungsi sebagai: (1). Tanda pengenal untuk membedakan hasil produksi yang dihasilkan seseorang atau beberapa orang secara

bersama-sama atau badan hukum dengan produksi orang lain atau badan hukum lainnya; (2) Sebagian alat promosi, sehingga mempromosikan hasil produksinya cukup dengan menyebut mereknya; (3) Sebagai jaminan atas mutu barangnya; dan (4) Menunjukkan asal barang/jasa dihasilkan.¹⁷

- d) Penanggulangan praktik persaingan curang (*repression of unfair competition*);
- e) Desain tata letak sirkuit terpadu (*layout design of integrated circuit*);
- f) Rahasia dagang (*trade secret*).

2. Ruang Lingkup Hak Kekayaan Intelektual

Atas dasar pemikiran seseorang yang menghasilkan suatu karya cipta tertentu, dalam masyarakat beradab diakui bahwa yang menciptakan boleh menguasai untuk tujuan yang menguntungkan penciptanya. Yang terpenting dari setiap bagian dari Hak Kekayaan Intelektual adalah adanya suatu ciptaan tertentu, jadi bukanlah suatu pemikiran atau ide saja, melainkan ide dan pemikiran tersebut haruslah dituangkan dalam suatu bentuk tertentu, yaitu suatu karya cipta.

Menurut Pasal 2 (viii) Kovenan WIPO (*World Intellectual Property Organization*), Hak Kekayaan Intelektual dapat dikelompokkan kedalam bidang.¹⁸

- a. Karya Sastra, Seni dan Ilmu Pengetahuan;
- b. Pertunjukan dari artis, phonogram dan penyiaran;
- c. Penemuan-penemuan di segala bidang usaha manusia;
- d. Penemuan-penemuan ilmiah;
- e. Desain industri

¹⁷ Hak Kekayaan Intelektual, <https://istanaumkm.pom.go.id/regulasi/pangan/haki> (diakses pada 07 September 2023 pukul 01.00)

¹⁸ WTO, TRIPs Agreement, Pasal 2

- f. Merek Dagang, merek jasa dan nama-nama perdagangan;
- g. Perlindungan persaingan curang

Terdapat beberapa konsep mengenai HKI menurut Abdulkadir Muhammad, diantaranya adalah¹⁹

- a) Hak milik yang merupakan hasil dari pemikiran (intelektual), merupakan suatu hak yang melekat pada pemilikinya, bersifat tetap dan eksklusif.
- b) Hak yang diperoleh pihak lain dengan izin dari pemilik dan bersifat sementara.

Dengan mengetahui berbagai jenis kualifikasi benda maka akan dengan mudah untuk mengetahui ruang lingkup HKI. Ada tiga jenis benda yang dapat dijadikan kekayaan atau hak milik, yaitu:²⁰

- a. Benda bergerak, seperti emas, mobil, sepeda motor, buku, pensil, meja, kulkas, radio, dan lain-lain;
- b. Benda tidak bergerak, seperti tanah, property (rumah, toko) dan pabrik;
- c. Benda tidak berwujud seperti saham, obligasi, utang, piutang, bunga, dan lain lain.

Prinsip-Prinsip Umum Hak Kekayaan Intelektual

Prinsip-prinsip umum yang berlaku di dalam HKI seperti:

- a) Prinsip HKI sebagai hak eksklusif;

Merupakan hak yang bersifat khusus dan hanya dimiliki pencipta atau penemu atas hasil dari kekayaan intelektual yang dihasilkan. Dengan hak ini seorang pemegang hak dapat mencegah orang lain untuk membuat, menggunakan atau berbuat sesuatu tanpa izin pencipta atau penemunya.

¹⁹ Abdulkadir Muhammad, *Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*, (Bandung : PT Citra Aditya Bhakti), 2001, h 1

²⁰ Sanusi Bintang dan Dahlan, *Pokok-Pokok Hukum Ekonomi dan Bisnis*, (Bandung : PT. Citra Aditya Bhakti), 2000, h 10

b) Prinsip melindungi karya intelektual berdasarkan pendaftaran;

Pendaftaran merupakan syarat kekayaan intelektual yang dihasilkan oleh seseorang agar mendapatkan pengakuan atas karya cipta hak kekayaan sekaligus dapat memperoleh perlindungan. Dalam prinsip ini mendasari semua Undang-Undang HKI di seluruh negara agar pemilik kekayaan intelektual yang tidak melakukan pendaftaran perlindungan atas hasil karya ciptanya tidak dapat menuntut orang lain yang dianggap telah menggunakan kekayaannya secara melawan hukum. Dalam sistem pendaftaran HKI dikenal dua sistem pendaftaran, yaitu:

- i. *First To File System*, berdasarkan pada yang mendaftarkan pertama kali. Artinya, jika terdapat dua orang yang mendaftarkan kekayaan intelektual pada hari dan dengan objek yang sama, maka pihak yang mendaftar terlebih dahulu akan mendapatkan prioritas untuk diproses pertama.
- ii. *First To Use System*, berdasarkan pada pengguna pertama yang mendaftarkan. Artinya, seorang pemilik kekayaan intelektual yang akan didaftarkan merupakan orang pertama yang menggunakan kekayaan intelektual tersebut.

c) Prinsip perlindungan yang dibatasi oleh batasan teritorial;

Prinsip ini mengatur bahwa adanya suatu pendaftaran akan melahirkan perlindungan hukum yang bersifat teritorial. Artinya, perlindungan hukum hanya diberikan ditempat pendaftaran tersebut dilakukan dimana karya intelektual tersebut didaftarkan. Selain itu dengan melakukan pendaftaran

maka secara otomatis produk yang telah didaftarkan tersebut mendapat perlindungan, pengakuan, serta hak untuk menikmati atau mengeksploitasi sendiri hasil kekayaan intelektualnya tersebut.

- d) Prinsip adanya perbedaan antara benda secara fisik dengan HKI yang terdapat di dalam benda tersebut;

Prinsip ini bersifat unik dan merupakan ciri khas dari HKI, dimana penguasaan secara nyata dari sebuah benda dapat membuktikan adanya kepemilikan yang sah atas benda tersebut. Dalam sistem HKI, seseorang yang menguasai benda secara fisik tidak secara otomatis juga memiliki hak eksklusif dari benda fisik itu.

- e) Prinsip perlindungan HKI bersifat terbatas;

Meskipun dalam merek dapat diperpanjang jangka waktu perlindungannya, namun jangka waktu perlindungan HKI juga bersifat terbatas. Pembatasan ini bertujuan untuk melindungi sekaligus memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk mengakses kekayaan intelektual tersebut secara optimal melalui usaha-usaha pengembangan lebih lanjut, serta mencegah adanya monopoli atas kekayaan intelektual tersebut.

- f) Prinsip HKI yang perlindungan jangka waktunya telah berakhir berubah menjadi milik masyarakat umum (public domain).

Semua orang mempunyai hak untuk mengakses HKI yang telah berakhir jangka waktu perlindungannya. Dengan kata lain HKI yang telah berakhir jangka waktunya akan menjadi milik masyarakat umum (public domain). Dan setelah berakhirnya waktu perlindungan hukumnya, pemegang HKI tidak

boleh mencegah atau melakukan tindakan seolah-olah masih memiliki hak eksklusif

B. Tinjauan Umum Tentang Merek

1. Pengertian Merek

Pasal 1 Butir 1 Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek menyebutkan bahwa

“Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hu[m] dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.”²¹

Selain defenisi dari undang-undang merek, terdapat pendapat dari beberapa sarjana mengenai pengertian dari merek, yakni:

H.M.N. Purwo sutjipto, memberikan rumusan bahwa,

“Merek adalah suatu tanda, dengan mana suatu benda tertentu dipribadikan, sehingga dapat dibedakan dengan benda lain yang sejenis”.²²

R. Soekardono, memberikan rumusan bahwa,

“Merek adalah sebuah tanda (Jawa: ciri atau tengger) dengan mana dipribadikan sebuah barang tertentu, dimana perlu juga dipribadikan asalnya barang atau menjamin kualitasnya barang dalam perbandingan dengan barang-barang sejenis yang dibuat atau diperdagangkan oleh orang-orang atau badan badan perusahaan lain.²³

Prof. Molengraaf, memberi rumusan bahwa,

²¹ Undang-Undang No. 20 Tahun 2016, Pasal 1 Ayat (1)

²² H.M.N. Purwo sutjipto, *Pengertian Pokok-Pokok Hukum Dagang Indonesia*, (Jakarta Djambatan), 1984, h. 82

²³ R. Soekardono, *Hukum Dagang Indonesia*, Jilid 1, Cetakan ke-8, (Jakarta Dian Rakyat), 1983, h.149

“Merek yaitu dengan mana dipribadikanlah sebuah barang tertentu untuk menunjukkan asal barang dan jaminan kualitasnya, sehingga bisa dibandingkan dengan barang-barang sejenis yang dibuat dan diperdagangkan oleh orang atau perusahaan lain”.²⁴

Berdasarkan pendapat-pendapat diatas, penulis mengambil kesimpulan yang diartikan dengan merek adalah suatu tanda (*sign*) untuk membedakan barang-barang atau jasa yang sejenis yang dihasilkan atau diperdagangkan seseorang atau kelompok orang atau badan hukum dengan barang-barang atau jasa sejenis yang di hasilkan oleh orang lain, yang memiliki daya pembeda maupun sebagai jaminan atas mutunya dan dengan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa.

Demikian pengertian diatas, maka sesuatu hal tersebut dapat dijadikan sebagai merek apabila meliputi unsur-unsur sebagai berikut.²⁵

1. Tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut;
2. Memiliki daya pembeda;
3. Digunakan dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa.

Demikiannya fungsi utama merek adalah untuk membedakan barang atau jasa yang diproduksi atau dibuat pemahaman lain yang sejenis. Oleh arena itu merek merupakan tanda pengenal asal barang atau jasa yang bersangkutan dengan produsennya.

²⁴ Sudargo Gautama, *Hukum Merek Indonesia*, alumni, Bandung 1987, h 37.

²⁵ Undang-undang No. 20 Tahun 2016, Pasal 1 Ayat (1)

Selain fungsi utama merek sebagai pembeda, ada fungsi merek lainnya yang dinyatakan oleh P.D.D. Dermawan, yaitu:²⁶

1. Fungsi indikator sumber, artinya merek berfungsi untuk menunjukkan suatu produk bersumber secara sah pada suatu unit usaha dan karenanya juga berfungsi untuk memberikan indikasi bahwa produk itu dibuat secara profesional.
2. Fungsi Indikator kualitas, artinya merek berfungsi sebagai jaminan kualitas khususnya dalam kaitan dengan produk-produk bergengsi.
3. Fungsi sugestif, artinya merek memberikan kesan akan menjadi kolektor.

Perlindungan merek terkenal yang paling memadai terdapat pada WIPO *Joint Recommendation Concerning Provisions on Protection of Well Known Marks*. Dalam konvensi internasional ini, selain perlindungan terhadap kelas barang juga tercakup perlingkungannya, kriteria dari merek terkenal juga diatur secara detail dalam *Article 2 (1) (b)*. Dengan adanya kriteria merek terkenal yang diaatur secara lebih terperinci dalam konvensi ini, diharapkan perlindungan terhadap merek tidak lagi terhalang pada ketidakseragaman pada parameter merek terkenal bagi negara-negara yang tergabung dalam WIPO.

Di Indonesia, Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang merek adalah Undang-Undang Merek yang diterbitkan demi menjaga persaingan usaha yang sehat dalam era perdagangan global serta telah disesuaikan dengan peraturan-peraturan

²⁶ Ari Pwwadi, *Aspek Hukum Perdalo Pada Perlindungan Konsumen*, Majalah Yuridika, Fakultas Hukum Universitas Airlangga, Nomor 1 dan 2, Tahun VII, Jan-Feb_Maret,2012, h 59.

yang bersifat internasional yang telah diratifikasi oleh Indonesia.²⁷ Lebih spesifiknya lagi, pengaturan tentang merek di Indonesia dapat ditemukan dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 1992 Tentang Merek dan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 1997 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 Tentang Merek dan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek dan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek.

Penggunaan merek sangatlah penting dalam dunia perdagangan karena selain sebagai pembeda barang dan/jasa yang satu dengan yang lainnya, merek juga memiliki berbagai macam makna didalamnya, adapun makna merek meliputi.²⁸

a. Nilai

Nilai merek menyatakan sesuatu tentang nilai produsen. Merek yang memiliki nilai tinggi akan dihargai oleh konsumen sebagai merek yang berkelas, sehingga dapat mencerminkan siapa pengguna merek tersebut.

b. Budaya

Suatu merek juga mewakili budaya tertentu. Contoh Mercedes mewakili budaya Jerman yang terorganisasi dengan baik, memiliki cara kerja yang efisien, dan selalu menghasilkan produk yang berkualitas tinggi.

²⁷ Julius Rizaldi, *Perlindungan Kemasan Produk Merek Terkenal*, (Bandung Alumni), 2009, h 48.

²⁸ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid 2*, Jakarta: Prehalindo, 2002, h. 460. (Dikutip dari Ilmi Hasanuddin, Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pemirsa Pada Program Acara Radio Cosmo, Fakultas Bisnis dan Manajemen Universitas Widyatama, Bandung, 2010, h 17

c. Kepribadian

Merek juga mencerminkan kepribadian tertentu, yaitu kepribadian bagi para penggunanya. Diharapkan dengan penggunaan merek, kepribadian pengguna akan tercermin bersamaan dengan merek yang digunakan.

d. Pemakai

Merek menunjukkan jenis konsumen yang membeli atau menggunakan. Contoh orang sukses menggunakan BMW seri 7.

e. Atribut

Merek mengingatkan pada atribut-atribut tertentu. Contohnya BMW seri 7 merupakan merek mobil yang dirancang dengan kualitas tinggi, selalu menjaga keamanan, bergengsi, berharap jual mahal serta dipakai oleh para senior eksekutif perusahaan multinasional.

f. Manfaat

Atribut perlu diterjemahkan menjadi manfaat fungsional dan emosional. Manfaat fungsional biasanya berkaitan dengan fungsi-fungsi yang dilakukan sebuah produk. Manfaat emosional diperoleh pelanggan berupa stimulasi terhadap emosi dan perasaannya.

Berdasarkan pendapat tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa merek merupakan suatu tanda yang dapat menunjukkan identitas barang atau jasa, yang menjadi pembeda suatu barang atau jasa dengan barang atau jasa lainnya dihasilkan oleh seseorang, beberapa orang atau badan hukum dengan barang atau jasa yang sejenis milik orang lain, memiliki kekuatan perbedaan yang cukup, yang dipakai dalam produksi dan perdagangan. Merek adalah suatu tanda, tetapi agar tanda

tersebut dapat diterima oleh merek, harus memiliki daya pembeda, hal ini disebabkan pendaftaran merek, berkaitan dengan pemberian hak eksklusif yang diberikan oleh negara atas nama atau simbol terhadap suatu pelaku usaha. Untuk mempunyai daya pembeda, merek yang bersangkutan harus dapat memberikan penentuan dari barang yang bersangkutan.

Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual memaparkan fungsi merek sebagai berikut.²⁹

- 1) Sebagai tanda pengenal untuk membedakan produk perusahaan yang satu dengan yang lain (*product identity*). Fungsi ini juga menghubungkan barang atau jasa dengan produsennya sebagai jaminan reputasi hasil usahanya ketika diperdagangkan sehingga merek diberi kelas-kelas tertentu yang sejenis.
- 2) Sebagai alat atau sarana promosi untuk berdagang (*means of trade promotion*). Promosi dilakukan melalui iklan. Merek merupakan salah satu goodwill untuk menarik konsumen, merupakan simbol pengusaha untuk memperluas pasar produk atau barang dagangannya.
- 3) Sebagai penunjukan asal barang atau jasa yang dihasilkan (*source of origin*). Merek merupakan tanda pengenal asal barang atau jasa yang menghubungkannya dengan produsen atau daerah/negara asalnya.
- 4) Sebagai jaminan atas mutu barang atau jasa (*quality guarantee*). Hal ini menguntungkan pemilik merek dan juga memberikan perlindungan jaminan mutu barang atau jasa bagi konsumen.

²⁹ Direktorat Jenderal HKI, *Buku Panduan Hak Kekayaan Intelektual (Pertanyaan & Jawabannya)*, Jakarta: Direktorat HKI Depkeh & HAM, 2000, h 42.

5) Sebagai alat bukti kepemilikan atas merek.

2. Jenis-jenis Merek

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang merek mengatur tentang jenis jenis merek, sebagaimana tercantum dalam pasal 1 ayat (2), (3), dan (4) yaitu merek dagang, merek, jasa, dan merek kolektif. Khusus untuk merek kolektif sebenarnya tidak dapat dikatakan sebagai jenis merek yang bane oleh karena merek kolektif juga terdiri dari merek dagang dan jasa.³⁰ Hanya saja merek kolektif ini pemakaiannya digunakan secara kolektif.

Pengertian merek dagang menurut pasal 1 ayat (2) adalah merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang-barang sejenis lainnya. Sedangkan menurut pasal 1 ayat (3) merek jasa adalah merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum, untuk membedakan dengan jasa-jasa sejenis lainnya. Dan pasal 1 ayat (4) merek karakteristik yang sama mengenai sifat, ciri umum, dan mutu barang atau jasa serta pengawasannya yang akan diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa sejenis lainnya.

Disamping jenis merek sebagaimana ditentukan diatas ada juga pengklasifikasian lain yang didasarkan kepada bentuk atau wujudnya. Bentuk atau wujud merek itu menurut Suryatin dimaksudkan untuk membedakannya dari barang

³⁰ Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016., Pasal 2 ayat (2)

sejenis milik orang lain. Oleh karena adanya perbedaan itu, maka terdapat beberapa jenis merek, yaitu:³¹

1. Merek Lukisan (*beel mark*),
2. Merek kata (*word mark*),
3. Merek bentuk (*form mark*),
4. Merek bunyi-bunyian (*klank mark*),
5. Merek Juduk (*titel mark*).

Adapun jenis merek menurut Purwo Sutjito, dapat dibagi menjadi beberapa jenis:³²

- 1) Merek Lukisan (*beel mark*),
Jenis merek ini dapat berwujud lukisan atau gambar yang mudah dilihat dan mempunyai daya perbedaan dengan barang lainnya yang sejenis.
- 2) Merek Perkataan (*word mark*),
Menurut Putusan H.G.H. tanggal 15 Juni 1939, daya perbedaan itu harus dicari dalam bentuk perkataan bunyinya. Menurut Prof. Zeylemaker, yang memberi catatan pada arrest tersebut berpendapat bahwa merek perkataan tersebut bertujuan untuk memberi nama pada barang yang bersangkutan. Jadi kalau bunyi dua buah merek hampir sama, meskipun tulisannya agak berbeda, maka menurut H.G.H, salah seorang yang memakai merek tersebut melakukan perbuatan melawan hukum.
- 3) Merek kombinasi antara merek lukisan dan merek perkataan,
- 4) Merek kombinasi dengan warna.

Selanjutnya R.M. Suryodiningrat mengklarifikasikan merek dalam tiga jenis yaitu:³³

1. Merek kata yang terdiri dari kata-kata saja.
2. Merek lukisan adalah merek yang terdiri dari lukisan saja yang tidak pernah, sedikit-tidaknya jarang sekali digunakan.
3. Merek kombinasi kata dan lukisan, banyak sekali digunakan.

³¹ Suryatin, *Hukum dagang Jilid II*, (Jakarta: Widya Paramita), 1980, h 87

³² H.M.N. Purwo Sutjipto, *Pengertian Pokok-Pokok Hukum Dagang Indonesia*, (Jakarta Djambatan), 1984, h 106

³³ Rm. Suryodiningmt, *Aneka Milik Perindustrian*, Edisi Pertama, (Bandung Tarsito), 1981, h 15

Menurut R. Soekardono, mengemukakan pendapatnya bahwa tentang bentuk atau wujud dari merek itu Undang-Undang tidak memerintahkan apa-apa, melainkan harus berdaya pembeda, yang diwujudkan dengan.³⁴

1. Cara yang oleh siapapun mudah dapat dilihat (*beel mark*)
2. Merek dengan perkataan (*word mark*)
3. Kombinasi dari merek atas penglihatan dan merek perkataan.

Di Australia dan Inggris, definisi merek telah berkembang luas dengan mengikutsertakan bentuk dan aspek tampilan produk di dalamnya. Di Inggris, perusahaan Coca-cola telah mendaftarkan bentuk botol merek sebagai suatu merek. Perkembangan ini makin mengidentifikasi kesulitan membedakan perlindungan merek dengan perlindungan desain produk. Selain itu, kesulitan juga muncul karena selama ini, gambaran produk yang direperensasikan oleh bentuk, ukuran, dan warna tidaklah dapat dikategorikan sebagai merek.³⁵ Misalnya “rumah biru kecil” (*small blue house*) tidak dapat didaftarkan sebagai suatu merek karena menggambarkan bentuk rumah. Tampilan produk mungkin juga tidak didaftarkan sebagai suatu merek tapi ini dapat menjadi bahan pertimbangan jika ada produk lain yang mungkin memiliki tampilan serupa.

Berdasarkan bentuknya, merek dagang dibagi menjadi beberapa kategori, khususnya sebagai berikut.³⁶

1. Merek Lukisan.

³⁴ R. soekardono, *Hukum Dagang Indonesia, Jilid I*, cetakan ke-*, Dian Rakyat, Jakarta, 1983, h 165-167.

³⁵ Lihat *Smith Kline French Laboratories Autralia Ltd Versus Pengadilan Merek*, 1967, 116 CLR 628

³⁶ <https://www.gamedia.com/literasi/pengertian-merek/> (diakses pada 8 September 2023 pukul 04.41)

Bentuk ini mampu membedakan bentuk desain atau gambar barang atau jasa dari barang atau jasa lain yang sejenis. Misalnya, lukisan merek Flying Horse, adalah lukisan atau gambar kuda dengan sayap yang sedang terbang.

2. Merek Kata.

Tanda ini mampu membedakan dengan bunyi kata-kata suatu barang atau jasa dari barang atau jasa lain yang sejenis. Contoh: Pepsodent untuk pasta gigi, Ultraflu untuk pilek, Toyota untuk mobil.

3. Merek huruf atau angka.

Bentuk ini mempunyai kekuatan untuk membedakan dalam bentuk huruf atau angka antara suatu barang atau jasa dengan barang atau jasa lain yang sejenis. Misalnya, ABC untuk kecap dan sirup, 555 untuk buku.

4. Merek Nama.

Bentuk ini mempunyai kekuatan untuk membedakan berupa suatu nama barang atau jasa dari barang atau jasa lain yang sejenis. Misalnya: Louis Vuitton untuk tas, Vinesia untuk dompet.

5. Merek Kombinasi tanda.

Bentuk ini mampu membedakan dalam bentuk gambar/gambar dan kata-kata antara barang atau jasa dengan barang atau jasa lain yang sifatnya sama. Contoh: Jamu Bu Meneer merupakan gabungan dari citra wanita dan kata-kata Nyonya Meneer.

3. Tata Cara Perolehaan Merek

Ada dua sistem yang dianut dalam pendaftaran merek yaitu sistem deklaratif dan sistem konstitutif (atributif). Kedua sistem pendaftaran merek tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut, yaitu:

a. Sistem deklaratif (*passief stelsel*)

Dalam hal ini pendaftaran bukanlah menerbitkan hak, melainkan hanya memberikan dugaan, atau sangkaan hukum (*rechisvermoeden*), atau *presumption iuris*, yaitu bahwa pihak yang mereknya terdaftar itu adalah pihak yang berhak atas merek tersebut dan sebagai pemakai pertama dari merek yang didaftarkan. Menurut sistem ini pemakaian pertamalah yang menciptakan suatu hak atas merek. Dalam Yurisprudensi HR tertanggal 1 Februari 1932, mengenai untuk pertama kalinya memakai merek tersebut adalah bahwa pemakai pertama kali ini tidak berarti bahwa merek yang bersangkutan sudah dipakai sebelum orang lain memakainya, tetapi sudah sebelum pihak lawannya memakainya.³⁷

b. Sistem konstitutif (aktif) atau atributif dengan doktrinnya *Prior in Filing*, menyatakan bahwa yang berhak atas suatu merek adalah pihak yang telah mendaftarkan mereknya, dikenal pula dengan asas *Presumption of ownership*.

Secara internasional menurut Soegondo Soemodiredjo, dikenal 4 sistem pendaftaran merek yaitu:

1. Pendaftaran merek tanpa pemeriksaan merek terlebih dahulu,
2. Pendaftaran dengan pemeriksaan merek terlebih dahulu,
3. Pendaftaran dengan pengumuman sementara,

³⁷ R. Soejatin, *Hukum Dagang I dan II*, Cetakan Ketiga, (Jakarta, Pradnya Paramita), 1980, h 90

4. Pendaftaran merek dengan pemberitahuan terlebih dahulu tentang adanya merek-merek terlebih dahulu lain yang ada persamaannya.³⁸

Undang-Undang Merek Tahun 2016 dalam sistem pendaftarannya menganut sistem konstitutif yang serupa dengan sistem pendaftaran dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 namun berbeda dengan Undang-Undang sebelumnya yaitu Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 jo Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997, ini adalah pengaturan yang mendasar dalam Undang-Undang Merek Indonesia, yang semula menganut sistem deklaratif (Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961)

Sesuai dengan ketentuan Undang-Undang merek yang berlaku, permohonan pendaftaran merek diajukan secara tertulis kepada Direktorat Jendral HKI dan dilengkapi dengan persyaratan administrasi sebagaimana ditentukan dalam Pasal 4 sampai Pasal 19 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016. Seluruh permohonan pendaftaran merek akan kemudian diproses secara bertahap, yang antara lain meliputi: tahap persiapan pengumuman, tahap pengumuman, dan tahap sertifikasi.

Dengan berlakunya Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek, tidak terdapat perubahan yang signifikan mengenai proses pendaftaran merek jika dibandingkan dengan proses yang ada dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016. Proses penyelesaian permohonan pendaftaran merek menurut Undang-Undang No 20 Tahun 2016, tahapan pemeriksaan substantif dilakukan setelah permohonan pendaftaran merek dinyatakan memenuhi syarat secara administratif, serupa dengan tahap permohonan pendaftaran merek dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001.

³⁸ Soegondo Soemodiredjo, *Merek Perusahaan dan Perniagaan*, (Jakarta Lembaga Administrasi Negara), 1963, h 10-11

Namun, berbeda dengan aturan dalam Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997, pemeriksaan substantif dilakukan setelah selesainya masa pengumuman tentang adanya permohonan pendaftaran suatu merek. Hal itu dimaksudkan agar permohonan tersebut dapat lebih cepat diketahui oleh pemohonnya apakah permohonannya disetujui atau ditolak. Dengan demikian, permohonanpun dapat pula mengetahui penyelesaian permohonannya.

Prosedur Pendaftaran Merek di Indonesia diatur dalam ketentuan Pasal 4 sampai Pasal 19 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek. Adapun Prosedur pendaftaran merek secara umum di Indonesia akan dijelaskan sebagai berikut:³⁹

- 1) Permohonan diajukan secara tertulis dalam bahasa Indonesia kepada Direktorat Jenderal HKI dengan mencantumkan:
 - a) Tanggal, bulan, dan tahun;
 - b) Nama lengkap, kewarganegaraan, dan alamat pemohon;
 - c) Nama lengkap dan alamat kuasa apabila permohonan diajukan melalui kuasa;
 - d) Warna-warna apabila merek yang domohonkan pendaftarannya menggunakan unsur-unsur warna;
 - e) Nama negara dan tanggal permintaan merek pertama kali dalam hal permohonan diajukan dengan hak prioritas.
- 2) Permohonan ditandatangani oleh pemohon atau kuasanya⁴⁰

³⁹ OK Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, (Jakarta Raja Grafindo), 2016, h 368

⁴⁰ Undang-Undang No 20 Tahun 2016 Pasal 4 ayat (3)

- 3) Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dapat terdiri dari satu orang atau beberapa orang secara bersama, atau badan hukum.
 - 4) Permohonan dilampiri dengan bukti pembayaran biaya pendaftaran.
 - 5) Dalam hal permohonan diajukan oleh lebih dari satu pemohon yang secara bersama-sama berhak atas merek tersebut, semua nama pemohon dicantumkan dengan memilih salah satu alamat sebagai alamat mereka.
 - 6) Dalam hal permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (5) permohonan tersebut ditandatangani oleh salah satu dari pemohon yang berhak atas merek tersebut dengan melampirkan persetujuan tertulis dari para pemohon yang mewakilkan.
 1. Dalam permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (5) diajukan melalui kuasanya, surat kuasa untuk itu ditandatangani oleh semua pihak yang berhak atas merek tersebut.
 2. Kuasa sebagaimana dimaksud pada ayat (7) adalah konsultan Hak Kekayaan Intelektual.
 3. Ketentuan mengenai syarat-syarat untuk dapat diangkat sebagai konsultan Hak Kekayaan Intelektual diatur dengan Keputusan Presiden.
- Surat Permohonan pendaftaran merek sebagaimana dimaksud di atas juga harus dilengkapi dengan;⁴¹
- a. Surat pernyataan bahwa merek yang dimintakan pendaftaran adalah miliknya;
 - b. Dua puluh helai eiket mereka yang bersangkutan;

⁴¹ *Ibid*, h 369

- c. Tambahan Berita Negara yang memuat akta pendirian badan hukum atau salinan yang sah akta pendirian badan hukum, apabila pemilik merek adalah badan hukum;
- d. Surat kuasa apabila permintaan pendaftaran diajukan melalui kuasa; dan
- e. Pembayaran seluruh biaya dalam rangka permintaan pendaftaran merek yang jenis dan besarnya ditetapkan dengan Keputusan Menteri.

Setelah proses permohonan pendaftaran tersebut diterima, kantor Direktorat Merek kemudian mengumumkan permohonan pendaftaran merek yang telah memenuhi persyaratan, berlangsung selama enam bulan dengan menempatkan pada papan pengumuman yang khusus dan dapat dengan mudah serta jelas dilihat oleh masyarakat dan dalam Berita Resmi Merek yang diterbitkan secara berkala oleh kantor Direktorat Merek. Dalam jangka waktu pengumuman tersebut, setiap orang berhak untuk mengajukan keberatan secara tertulis atas permohonan pendaftaran merek yang bersangkutan tersebut apabila terdapat cukup alasan dengan disertai bukti bahwa merek yang diajukan permohonan pendaftarannya tersebut telah melanggar ketentuan dalam Pasal 4 sampai Pasal 19 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016. Setelah masa pengumuman selesai, dengan ada atau tidaknya sanggahan terhadap permohonan merek tersebut, Direktorat Merek melakukan Pemeriksaan Substantif dalam waktu selambat-lambatnya 12 bulan terhitung sejak tanggal berakhirnya pengumuman atau dalam hal keberatan tanggal berakhirnya jangka waktu untuk menyampaikan sanggahan.⁴²

⁴² *Ibid*, h 373-374

Selain pendaftaran dengan cara biasa seperti yang telah dijelaskan di atas, di Indonesia juga dikenal dengan sistem pendaftaran dengan sistem Prioritas. Permohonan pendaftaran dengan hak prioritas ini diatur dalam pasal 9 dan pasal 10 Undang-Undang Merek Nomor 20 Tahun 2016. Ketentuan ini dimaksudkan untuk menampung kepentingan negara yang hanya menjadi salah satu anggota dari *Paris Convection for The Protection of Industrial Property* atau anggota *Agreement Establishing the World Trade Organization*. Subjek Hukum yang telah mendapatkan hak secara prioritas akan dilindungi Haknya di negara luar (Negara dimana yang bersangkutan mendaftarkan hak prioritasnya) seperti ia mendapatkan perlindungan di negaranya sendiri.⁴³

4. Tata Cara Pendaftaran Merek

Di Indonesia dikenal 2 (dua) sistem yang dianut dalam pendaftaran merek yaitu sistem deklaratif dan sistem konstitutif (atributif):

a) Sistem deklaratif

Sistem deklaratif ini adalah bahwa pendaftaran bukanlah menerbitkan hak, melainkan hanya memberikan dugaan atau sangkaan hukum atau *preemption iuris* yaitu bahwa pihak yang mereknya terdaftar itu adalah pihak yang berhak atas merek tersebut dan sebagai pemakai pertama dari merek yang didaftarkan. Sehingga menurut sistem deklaratif ini pemakai pertamalah yang menciptakan suatu hak atas merek, hak tersebut diberikan kepada orang yang pertama kali memakai merek tersebut. Begitu pula menurut Yurisprudensi HR tertanggal 1 Februari 1932 mengenai untuk pertama kali memakai merek tersebut

⁴³ *Ibid*, h 372

adalah bahwa pemakaian pertama kali ini tidak berarti bahwa merek yang bersangkutan sudah dipakai sebelum orang lain memakainya, melainkan sudah dipakai sebelum pihak lawannya memakainya.⁴⁴ Dengan demikian menurut sistem pendaftaran deklaratif, pendaftaran tidak merupakan suatu keharusan, tidak merupakan syarat mutlak bagi pemilik merek untuk mendaftarkan mereknya. Kelemahan pada sistem ini adalah kurang adanya kepastian hukum, daftar merek yang ada tidak bisa di inventarisasi.

b) Sistem Konstitutif

Menurut sistem konstitutif bahwa yang berhak atas suatu merek adalah pihak yang telah mendaftarkan mereknya. Jadi pendaftaran itu menciptakan suatu hak atas merek tersebut, pihak yang mendaftarkan dialah satu-satunya yang berhak atas suatu merek dan pihak ketiga harus menghormati haknya pendaftar sebagai hak mutlak. Sehingga pendaftaranlah yang akan memberikan perlindungan terhadap suatu merek. Meskipun demikian bagi merek yang tidak terdaftar tetapi luas pemakaiannya dalam perdagangan (merek terkenal), juga diberikan perlindungan terhadapnya terutama dari tindakan persaingan tidak jujur. Dengan penggunaan sistem konstitutif sebagaimana yang tercantum dalam Undang-Undang tentang merek sebelumnya Nomor 15 Tahun 2001 dan yang di ganti Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016, maka tidak setiap orang atau badan hukum bisa secara sah memiliki merek, dan akan dilindungi bila mereknya itu tidak di daftarkan. Hak atas merek ada jika mereknya dimintakan pendaftarannya

⁴⁴ Suyud Margono., *Pembaharuan Perlindungan Hukum Merek.*, Novindo Pustaka Mandiri., 2002, h 21

pada kantor merek. Kelebihan dari pada sistem konstitutif ini adalah kepastian hukum lebih terjamin, lalu merek-merek yang ada bisa di inventarisasi. Sedangkan kelemahan dari sistem ini yakni tidak semua orang bisa secara sah memiliki merek, apalagi pemilik merek yang terbatas karena biaya pendaftaran.

Secara internasional menurut Soegondo Soemodiredjo ada 4 sistem pendaftaran merek, yaitu:⁴⁵

1. Pendaftaran merek tanpa pemeriksaan terlebih dahulu.

Menurut sistem ini merek yang dimohonkan pendaftarannya segera didaftarkan asal syarat-syarat permohonannya telah terpenuhi antara lain pembayaran biaya permohonan, pemeriksaan dan pendaftaran. Tidak diperiksa apakah merek tersebut memenuhi syarat-syarat lain yang ditetapkan dalam undang-undang. Misalnya tidak diperiksa apakah merek tersebut pada keseluruhannya atau pada pokoknya ada persamaan dengan merek yang telah didaftarkan untuk barang sejenis atas nama orang lain.

2. Pendaftaran dengan pemeriksaan merek terlebih dahulu.

Sebelum didaftarkan merek yang bersangkutan terlebih dahulu diperiksa mengenai syarat-syarat permohonan maupun syarat-syarat mengenai merek itu sendiri. Hanya merek yang memenuhi syarat dan tidak mempunyai persamaan pada keseluruhan atau pada pokoknya dengan merek yang telah didaftarkan untuk barang sejenis atas nama orang lain dapat didaftarkan.

⁴⁵ *Ibid.*, h 184-185

3. Pendaftaran dengan pengumuman sementara.

Sebelum merek memberikan yang bersangkutan didaftarkan, merek itu diumumkan lebih dahulu untuk memberikan kesempatan kepada pihak lain mengajukan keberatan-keberatan tentang pendaftaran merek tersebut.

4. Pendaftaran merek dengan pemikiran terlebih dahulu tentang adanya merek-merek terdaftar lain yang ada persamaan.

Pemohon pendaftaran merek diberitahu bahwa mereknya mempunyai persamaan pada keseluruhan atau pada pokoknya dengan merek yang telah didaftarkan terlebih dahulu untuk barang sejenis atau nama orang lain. Walaupun demikian, jika pemohon tetap menghendaki pendaftaran mereknya, maka mereknya itu didaftarkan juga. Sistem ini misalnya dipakai oleh negara Swiss dan Australia.⁴⁶

Pendaftaran merek dalam sistem deklaratif memberikan status bahwa pendaftaran dianggap sebagai pemakai pertama sampai ada orang lain yang membuktikan sebaliknya.⁴⁷ Jika seseorang atau beberapa orang ingin menggunakan nama dari suatu merek. Mereka harus mendaftarkannya terlebih dahulu nama merek yang akan mereka pergunakan. Berikut adalah cara-cara orang jika ingin mendaftarkan nama suatu merek, agar merek tersebut di patenkan. Pemegang merek mendapatkan hak eksklusif, hak eksklusif yang diberikan negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam daftar umum merek untuk jangka waktu tertentu

⁴⁶ H. OK Saidin, *Op.cit.*, h 363

⁴⁷ Undang-Undang no 20 Tahun 2016 Pasal 5 dan Pasal 6

untuk menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada orang lain yang menggunakannya.

Merek pun juga dapat tidak bisa kita daftarkan jika, dasar permohonan yang diajukan oleh pemohon yang diajukan oleh pemohon yang diajukan oleh pemohon yang beritikad tidak baik. Pemohon yang ada niat dan sengaja untuk meniru, membonceng atau menjiplak ketenaran merek demi kepentingan usahanya yang mengakibatkan menimbulkan kerugian pihak lain atau menyesatkan konsumen.⁴⁸

Fungsi pendaftaran merek untuk pemohon yang ingin mendaftarkan nama merek kepada dirjen HKI.⁴⁹

1. Sebagai bukti bagi pemilik yang berhak atas merek yang terdaftar
2. Sebagai dasar penolakan terhadap merek yang sama keseluruhan atau sama pada pokoknya yang dimohonkan oleh pemohon lain untuk barang atau jasa sejenis
3. Sebagai dasar untuk mencegah orang lain memakai merek yang sama keseluruhan atau sama pada pokoknya dalam peredaran untuk barang atau sama pada pokoknya dalam peredaran untuk barang dan jasa sejenis.

Merek yang telah didaftarkan dapat dibatalkan berdasarkan putusan Pengadilan Niaga yang berkekuatan hukum tetap atas gugatan pihak yang berkepentingan dengan alasan berdasarkan Pasal – Pasal 20, 21, 22 UUM. Tidak hanya di batalkan tetapi merek yang telah terdaftar dapat juga terhapus lagi jika merek tidak dipergunakan selama tiga tahun berturut – turut dalam perdagangan barang atau jasa sejak tanggal

⁴⁸ Undang-Undang 20 Tahun 2016 Pasal 21

⁴⁹ Undang-Undang 20 Tahun 2016 Pasal 10

pendaftaran atau pemakaian terakhir. Merek yang digunakan untuk jenis barang atau jasa yang tidak sesuai dengan jenis barang atau jasa yang dimohonkan. Merek yang telah terdaftar dapat dihapuskan atas prakarsa Dirjen HKI, atas putusan pengadilan berdasarkan gugatan penghapusan. Berikut adalah pihak – pihak yang mengajukan pendaftaran kepada lembaga yang mengatur akan pendafran merek, adalah lembaga yang mewakili masyarakat yang mewakili masyarakat di daerah produksi barang yang bersangkutan, lembaga yang diberi kewenangan untuk itu atau kelompok konsumen barang tersebut.

Merek terdaftar mendapat perlindungan hukum untuk jangka waktu 10 tahun sejak tanggal penerimaan dan jangka waktu tersebut dapat diperpanjang. Permohonan perpanjangan diajukan secara tertulis oleh pemilik merek atau kuasanya dalam jangka waktu 6 bulan sebelum berakhirnya jangka waktu perlindungan merek terdaftar tersebut. Ijin perpanjangan akan disetujui oleh HKI, bila merek yang bersangkutan masih digunakan pada barang atau jasa sebagaimana yang disebut pada merek tersebut. Barang atau jasa dari merek tersebut masih di produksi dan diperdagangkan. Ijin perpanjangan akan di tolak jika permohonan perpanjangan yang diajukan kurang dari 6 bulan dari masa berakhirnya perlindungan hukum merek tersebut. Jika merek tersebut mempunyai persamaan pada pokoknya atau merek terkenal milik orang lain.⁵⁰

Pasal 10 ayat (3) Konvensi Paris memuat ketentuan bahwa negara anggota Konvensi Paris terikat untuk memberikan perlindungan terhadap merek terkenal agar persaingan yang tidak jujur (unfair competition) tidak terjadi, sedangkan dalam ayat

⁵⁰ Undang-Undang No 20 Tahun 2016 Pasal 38 dan Pasal 39

(2) disebutkan bahwa setiap perbuatan yang bertentangan dengan praktek pelaku usaha dalam bidang industri dan perdagangan dianggap sebagai perbuatan yang tidak jujur.

Pasal 10 ayat (2) Konvensi Paris menentukan tindakan-tindakan apa saja yang dilarang berkaitan dengan perbuatan-perbuatan curang yang dapat menimbulkan kekeliruan dengan cara apapun berkenaan dengan asal-usul barang atau usaha-usaha industri dan komersil dari seorang pengusaha yang bersaing. Persaingan yang tidak jujur ini dapat berupa upaya untuk mendompleng atau membonceng ketenaran suatu merek terkenal. Upaya pendomplengan atau pemboncengan termasuk juga dalam tindakan “membajak”, “meniru”, dan “menjiplak” merek terkenal pihak lain dan kemudian mendaftarkannya di Direktorat Jenderal Hak dan Kekayaan Intelektual baik untuk barang yang sejenis maupun untuk barang yang tidak sejenis.⁵¹

Bentuk-bentuk pelanggaran merek secara umum yaitu berupa pemalsuan dan pembajakan. Pelanggaran tersebut tidak hanya merugikan si pemilik merek yang sah saja tapi juga dapat merugikan kepentingan konpanya tertentu sumen yang mungkin membeli produk berdasarkan pertimbangan kualitas yang diwakili oleh merek. Selain itu imbas dari hal tersebut juga dirasakan oleh pihak pemerintah yang seharusnya memperoleh pemasukan berupa pajak yang dapat di kutip.

⁵¹<https://media.neliti.com/media/publications/35445-IDhttps://media.neliti.com/media/publications/35445-IDhttps://media.neliti.com/media/publications/35445-ID> (diakses pada 8 September 2023 pukul 04.20)

5. Penghapusan dan Pembatalan Merek

Penghapusan pendaftaran merek dari Daftar Umum Merek dapat dilakukan atas prakarsa Direktorat Jenderal HKI atau berdasarkan permohonan pemilik merek yang bersangkutan.

Penghapusan pendaftaran merek atas prakarsa Direktorat Jenderal HKI dapat dilakukan jika : 1). merek tidak digunakan selama 3 (tiga) tahun berturut-turut dalam perdagangan barang dan atau jasa sejak tanggal pendaftaran atau pemakaian terakhir, kecuali ada alasan yang dapat diterima oleh Direktorat Jenderal HKI, atau; 2). merek digunakan untuk jenis barang dan atau jasa yang tidak sesuai dengan jenis barang dan atau jasa yang dimohonkan pendaftaran, termasuk pemakaian merek yang tidak sesuai dengan merek yang didaftar. Adapun alasan-alasan yang dapat diterima oleh Kantor Merek dalam hal tidak digunakannya merek dalam perdagangan barang dan atau jasa itu secara limitative telah ditentukan, yaitu karena adanya larangan impor; larangan yang berkaitan dengan izin bagi peredaran barang yang menggunakan merek yang bersangkutan atau keputusan dari pihak yang berwenang yang bersifat sementara; larangan serupa lainnya yang ditetapkan dengan peraturan.

Selain Direktorat Jenderal HKI yang berhak untuk menghapus pendaftaran merek dalam hal menghadapi kenyataan adanya 2 (dua) kondisi tersebut diatas, pihak ketiga pun dapat mengajukan permintaan penghapusan pendaftaran sesuatu merek berdasarkan alasan terpenuhinya kondisi tersebut. Adapun caranya dilakukan dengan bentuk gugatan melalui Pengadilan Niaga.

Mengenai penghapusan pendaftaran merek yang dilakukan atas permintaan pemilik merek baik untuk sebagian atau seluruh jenis barang dan atau jasa yang

termasuk dalam satu kelas, diajukan kepada Direktorat Jenderal HKI. Permintaan penghapusan merek tersebut selanjutnya dicatat dalam Daftar Umum Merek, dan diumumkan dalam Berita Resmi Merek.

Pengaturan merek selain dikenal mekanisme penghapusan pendaftaran merek, juga terdapat mekanisme pembatalan merek terdaftar. Pendaftaran merek hanya dapat dimintakan pembatalannya oleh pihak yang berkepentingan, yaitu pemilik merek yang terdaftar berdasarkan alasan tertentu. Tetapi ada pengecualiannya, yaitu bagi pihak pemilik merek yang belum terdaftar dapat pula mengajukan gugatan setelah mengajukan permintaan pendaftaran merek kepada Direktorat Jenderal HKI (Hak Kekayaan Intelektual).

Permintaan pembatalan diajukan melalui gugatan ke Pengadilan Niaga, diantaranya karena alasan : 1) Merek terdaftar yang pendaftarannya dilakukan oleh pemohon yang beritikad tidak baik; 2) Merek terdaftar tersebut bertentangan dengan peraturan perUndang-Undangan yang berlaku, moralitas agama, kesusilaan, atau ketertiban umum, tidak memiliki daya pembeda, telah menjadi milik umum, merupakan keterangan atau berkaitan dengan barang dan atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya; 3) Mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek milik pihak lain yang sudah terdaftar lebih dahulu untuk barang dan/atau jasa yang sejenis; 4) Mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek yang sudah terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa.5) Mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan indikasi geografis yang sudah dikenal; 6) Merupakan atau menyerupai nama orang terkenal, foto, atau nama badan hukum yang dimiliki orang lain, kecuali atas

oersetujuan tertulis dari yang berhak; 7) Merupakan tiruan atau menyerupai nama atau singkatan nama, bendera atau lambang atau simbol atau emblem suatu negara atau lembaga nasional maupun internasional, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang; 8) 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.

Undang-Undang merek perlu ditambahkan secara khusus atau tersendiri ketentuan mengenai hal-hal yang dikecualikan dari pelanggaran merek, atau mengubah ketentuan Pasal 21 Undang-Undang tentang merek dan indikasi geografis yang harus ditolak pendaftarannya apabila memiliki persamaan pada keseluruhan/pokoknya dengan menambahkan klusula “apabila hal tersebut akan mengakibatkan timbulnya kebingungan (likelihood of confusion) di kalangan konsumen.”⁵²

C. Persamaan Pokok atau Seluruhnya Pada Merek

Berdasarkan Penjelasan Pasal 5 ayat (4) huruf Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek, disebutkan bahwa

“Persmaan pada pokoknya adalah kemiripan yang disebabkan oleh adanya unsur-unsur yang menonjol antara merek yang satu dengan merek yang lain, yang dapat menimbulkan kesan adanya persamaan baik mengenai bentuk, cara penetapan,

⁵² Indirani Wauran dan Titon Slamet Kurnia, *confusion dan pembatan merek oleh pengadilan.*, MIMBAR HUKUM volume 27, nomor 2, op.cit, juli 2015, h 280

cara penulisan atau kombinasi antara unsur-unsur ataupun persamaan bunyi ucapan yang terdapat dalam merek-merek tersebut.”⁵³

1. Persamaan Pada Bentuk

Persamaan bentuk adalah persamaan rupa atau persamaan penampilan dari suatu merek dengan merek yang lain. Sebuah merek yang memiliki kesamaan kata atau makna dapat dikategorikan sebagai merek yang memiliki persamaan bentuk. Selain itu, mereka yang dapat dikategorikan sebagai merek yang memiliki kesamaan bentuk adalah merek yang hanya menambahkan kata atau huruf dalam sebuah merek.

54

Sebagai contoh merek  dan . Kedua merek ini memiliki cara baca yg mirip, dimana terdapat dominasi warna biru, putih dan hitam dari kedua merek ini. Selain itu, kedua produk ini juga memiliki logo yang mirip.

Hal-hal ini dapat membuat masyarakat sebagai kosumen bingung terhadap merek tersebut. Oleh karena itu, kedua merek ini dapat dikategorikan sebagai merek yang memiliki persamaan bentuk.

2. Persamaan Cara Penempatan

Persamaan cara penempatan adalah persamaan letak atau posisi dari suatu merek dengan merek yang lainnya. Persamaan cara penempatan ini dapat berupa

⁵³ Indonesia, Undang-Undang Merek. Pasal 6 ayat (1)

⁵⁴ Keziah Christi Angie, Et. Al, *Pedoman Penentuan Persamaan Pada Pokoknya Oleh Lembaga Peradilan Di Indonesia* (studi putusan Mahkamah Agung Nomor 409 K/Pdt.Sus-Hk I/2015), *Diponegoro Law Journal* Volume 8, Nomor 3, Tahun 2019, h 2124-2126

penempatan logo dalam suatu merek atau penempatan tulisan maupun nama dari sebuah merek.⁵⁵

3. Persamaan Cara Penulisan

Persamaan cara penulisan adalah persamaan cara tulisan sebuah merek mirip dengan merek yang lainnya. Persamaan cara penulisan ini sering kali terjadi pada merek yang bergerak dibidang yang sama, yang memiliki merek yang mirip dan konsumen yang sama. Umumnya, persamaan cara penulisan ini memiliki yang hampir sama tulisannya maupun merek yang hampir sama bunyinya. Selain itu, biasanya merek-merek yang memiliki persamaan cara tulisan memiliki jumlah huruf maupun kata dalam merek yang hampir sama jumlahnya atau bahkan sama jumlahnya dengan format ataupun *font* dari merek tersebut yang mirip.⁵⁶

4. Persamaan Kombinasi Unsur

Persamaan kombinasi unsur adalah terdapatnya persamaan elemen-elemen atau unsur-unsur dari sebuah merek dengan merek lainnya. Persamaan kombinasi unsur ini dapat berupa kombinasi atau campuran dari persamaan bentuk, persamaan cara penempatan, persamaan cara penulisan, maupun persamaan ucapan atau bunyi . selain itu, terdapat juga persamaan unsur warna, persamaan dalam komposisi produk, persamaan jumlah huruf dalam merek, persamaan kelas pada merek.⁵⁷

5. Persamaan Ucapan

Persamaan Ucapan atau persamaan bunyi adalah persamaan yang timbul dari pendengaran apabila sebuah merek diucapkan. Persamaan ucapan ini memiliki ciri-

⁵⁵ *Ibid*, h 2124-2125

⁵⁶ *Ibid*, h 2125

⁵⁷ *Ibid*, h 2125-2126

ciri yaitu membingungkan ketika didengar. Biasanya persamaan ucapan ini selalu berkaitan dengan persamaan cara penulisan, karena kebanyakan merek yang bunyinya hampir sama adalah merek yang tulisannya hampir sama juga. Selain itu, persamaan ucapan juga sering berkaitan dengan persamaan cara penampatan. Hal ini dikarenakan merek yang terdengar mirip seringkali memiliki unsur tulisan berupa kata atau huruf yang hampir sama. Namun, persamaan ucapan juga dapat terjadi pada merek yang tulisannya berbeda namun memiliki bunyi yang sama atau sering disebut dengan homofon.⁵⁸

D. Penyelesaian Sengketa Merek

1. Gugatan Atas Sengketa Merek (Penegakan Hukum Secara Perdata)

Penyelesaian secara perdata dapat dilakukan berdasarkan ketentuan dalam Pasal 83 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016, yang menyebutkan bahwa pemilik merek terdaftar dapat mengajukan gugatan terhadap pihak lain yang secara lili tanpa hak menggunakan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya untuk barang atau jasa yang sejenis, berupa gugatan ganti rugi, dan/ atau penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek tersebut dan gugatan tersebut dapat diajukan oleh pemilik merek terdaftar melalui Pengadilan Niaga.⁵⁹

Sebagaimana diatur dalam Pasal 83 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek menyatakan bahwa putusan atas gugatan dalam waktu 90 (sembilan puluh) hari setelah gugatan didaftarkan, pada umumnya dapat diselesaikan oleh

⁵⁸ *Ibid*, h 2126

⁵⁹ Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Pasal 83

Pengadilan Niaga. Jangka waktu itu diperpanjang apabila tergugat berada di luar negeri. Untuk mengantisipasi masalah ini maka dalam revisi UUM perlu ditambah pasal baru dengan menyatakan bahwa jangka waktu itu dilaksanakan setelah sidang 1 (tingkat pertama) dimulai.

Begitu juga jangka waktu penyelesaian di tingkat Mahkamah Agung atas permohonan kasasi yang seharusnya dapat diucapkan paling lama 90 hari setelah permohonan kasasi diterima Mahkamah Agung, ternyata ketentuan itu sulit dilaksanakn secara teguh oleh Mahkamah Agung. Perlu didiskusikan secara seksama dengan pihak Mahkamah Agung, berapa lama lembaga itu dapat menyampaikan putusannya.

2. Adminitrasi

Seiring dengan semakin ketatnya persaingan di dunia bisnis sehingga sangatlah mungkin terjadi sengketa diantara para pelaku bisnis. Berdasarkan ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek, maka upaya penyelesaian sengketa di bidang merek dapat ditempuh melalui penyelesaian sengketa secara litigasi, yaitu penyelesaian melalui lembaga pengadilan. Selain itu juga dapat ditempuh upaya penyelesaian sengketa secara non litigasi yaitu penyelesaian sengketa diluar pengadilan, seperti melalui alternatif penyelesaian sengketa ataupun arbitrase. Penyelesaian sengketa merek melalui jalur litigasi, dapat ditempuh melalui penyelesaian secara pidana, perdata, maupun administrasi. Ketentuan mengenai penyelesaian sengketa merek tersebut telah diatur secara khusus dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek.

Penyelesaian secara pidana dapat dilakukan oleh pemilik merek terdaftar berdasarkan ketentuan dalam Pasal 100 UU No. 20 Tahun 2016, yang berbunyi : ”Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan merek yang sama pada keseluruhannya dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang atau jasa sejenis yang diproduksi dan/ atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/ atau denda paling banyak Rp. 2.000.000.000,00 (dua milyar rupiah)” dan Pasal 91, yang berbunyi : ”Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan merek yang sama pada pokoknya dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang atau jasa sejenis yang diproduksi dan/ atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/ atau denda paling banyak Rp. 2.000.000.000,00 (dua milyar rupiah)”.

Ketentuan pasal tersebut di atas memuat sanksi pidana yang memberikan perlindungan hukum kepada orang atau badan hukum yang merasa berhak atas kepemilikan suatu merek. Namun karena tindak pidana merupakan delik aduan sebagaimana tercantum dalam Pasal 103 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016, maka pemilik merek terdaftarlah yang harus dan berhak melaporkan kepada pihak yang berwenang bahwa telah terjadi pelanggaran atas mereknya oleh pihak lain secara tanpa hak.

Penyelesaian secara administratif bila terjadi pelanggaran merek dapat dilakukan melalui kewenangan administrasi negara, yaitu di antaranya melalui Kewenangan Pabean Standar Industri, Kewenangan Pengawasan Badan Penyiaran, dan Kewenangan Pengawasan Standar Periklanan. Sanksi administratif yang dapat dikenakan kepada pihak yang telah menggunakan merek secara tanpa hak,

diantaranya dapat berupa tindakan larangan impor, larangan yang berkaitan dengan izin bagi peredaran barang yang menggunakan merek terdaftar milik pihak lain maupun larangan terhadap iklan merek yang menyesatkan konsumen. Selain penyelesaian secara litigasi tersebut di atas, sengketa merek juga dapat diselesaikan secara non litigasi yaitu penyelesaian sengketa di luar pengadilan, seperti melalui alternatif penyelesaian sengketa maupun arbitrase (Pasal 90 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016).⁶⁰

3. Penegakan Hukum Secara Pidana

Penegakan hukum ini sangat sulit diharapkan secara efisien dan efektif dibandingkan penegakan hukum secara perdata yang relatif dapat diprediksi jangka waktu penyelesaian persidangannya dan putusannya cenderung efektif dan efisien. Mentalitas, moral, integritas, dan pemahaman oknum-oknum aparat polisi, dan penuntut umum terhadap Undang-Undang Merek (UUM) merupakan salah satu kendala yang mengakibatkan harapan para pencari keadilan, atau korban pelapor pelanggaran merek sulit mengharapkan efisiensi, efektifitas, termasuk perilaku adil dan tegas dari polisi, jaksa, hakim dan praktisi HKI dalam menyelesaikan dan menegakkan hukum merek secara pidana jika terjadi pelanggaran merek.

Pengaturan penggunaan merek yang memiliki persamaan pada pokoknya baik sebagian maupun seluruhnya ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Pasal 100, Pasal 101, Pasal 102, Pasal 103. Pasal-Pasal tersebut berisikan:

Pasal 100

⁶⁰ Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Pasal 90

1. Setiap Orang dengan tanpa hak menggunakan Merek yang sama pada keseluruhannya dengan Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah)
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan Merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya dengan Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah)
3. Setiap orang yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2), yaitu jenis barangnya mengakibatkan gangguan kesehatan, gangguan lingkungan hidup, dan/atau kematian manusia, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah)

Pasal 101

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan tanda yang mempunyai persamaan pada keseluruhan dengan Indikasi Geografis milik pihak lain untuk barang dan/atau produk yang sama atau sejenis dengan barang dan/atau produk yang terdaftar, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah)
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan tanda yang mempunyai persamaan pada pokoknya dengan Indikasi Geografis milik pihak lain untuk barang dan/atau produk yang sama atau sejenis dengan barang dan/atau produk yang terdaftar, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah)

Pasal 102

Setiap Orang yang memperdagangkan barang dan/atau jasa yang diketahui atau patut diduga mengetahui bahwa barang dan/atau jasa dan/atau produk tersebut merupakan hasil tindak pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 100 dan Pasal 101 dipidana dengan pidana kurungan paling lama 1 (satu) tahun dan/atau denda paling banyak Rp200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah)

Pasal 103

Tindak pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 100 sampai dengan Pasal 102 merupakan delik aduan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian

Adapun ruang lingkup penelitian ini bagaimana pelaksanaan penyelesaian sengketa merek dagang yang meniru dan memakai merek dagang yang sudah terdaftar terlebih dahulu, dan dasar pertimbangan hakim dalam memutuskan perkara meniru merek dagang yang sudah terdaftar terlebih dahulu menurut putusan Nomor **39/Pdt.Sus-Merek/2019/PN.Niaga.Jkt.Pst.**

B. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian adalah merupakan penelitian yuridis normatif yaitu penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder sebagai bahan dasar untuk diteliti dengan cara mengadakan penelusuran terhadap peraturan - peraturan dan literatur – literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti⁶¹ .

C. Metode Pendekatan

Metode Pendekatan Perundang Undangan (*statute approach*),

Suatu penelitian normatif tentu harus menggunakan pendekatan perundangundangan, dilakukan dengan menelaah semua Undang – Undang dan Peraturan yang bersangkutan paut dengan isu Hukum yang sedang di tangani, karena yang akan diteliti adalah berbagai aturan Hukum yang menjadi fokus sekaligus tema sentral suatu penelitian.

⁶¹ Mirudin dan Zainal Asyikin, *Pengantar Metode Hukum* (Jakarta. rajawali Pers), 2010, hal. 118

Adapun metode pendekatan perundang – undangan yang dilakukan oleh peneliti adalah peraturan perundang – undangan yang berkaitan dengan merek dagang yang meniru atau memakai merek dagang yang sudah terdaftar terlebih dahulu dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Metode Pendekatan Kasus (*case approach*)

Penelitian ini juga melakukan pendekatan kasus yaitu melakukan penelaahan suatu kasus dengan tujuan mempelajari norma atau kaidah hukum. Adapun kasus yang dianalisis oleh peneliti adalah putusan No 39/Pdt.Sus-Merek/2019/PN.Niaga.Jkt.Pst tentang sengketa merek dagang.

Pendekatan Konseptual (*Conceptual approach*)

Penelitian ini juga menggunakan pendekatan konseptual yaitu, pendekatan yang beranjak dari pandangan dan doktrin yang berkembang didalam ilmu hukum. Dengan mempelajari pandangan-pandangan, doktrin-doktrin di dalam ilmu hukum, peneliti akan menemukan ide-ide yang melahirkan pengertian-pengertian hukum, konsep-konsep hukum dan asas-asas hukum yang relevan dengan isu yang dihadapi.

D. Sumber dan Bahan Hukum

Dalam penelitian hukum normatif, data yang dipergunakan adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui bahan - bahan laporan, putusan hakim dan dokumen lain yang telah ada sebelumnya serta mempunyai hubungan erat dengan masalah yang dibahas dalam penulisan skripsi ini. Sedangkan bahan atau data yang dicari berupa data yang terdiri dari :

1. Bahan Hukum Primer

Bahan Hukum Primer Yaitu merupakan bahan - bahan hukum mengikat yang digunakan dalam penelitian yang bersifat autoritatif berupa peraturan perundang-undangan, norma, kaidah-kaidah dasar, peraturan dasar, bahan hukum yang tidak dikodifikasi, dan juga traktat. Bahan hukum primer yang penulis gunakan adalah Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, Pasal 1 angka (2) Tentang Merek dan Indikasi Geografis, Pasal 4 angka (3) Tentang Permohonan Pendaftaran Merek

2. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder biasanya berupa pendapat hukum atau doktrin atau teori-teori. Dalam penelitian ini berupa literatur yang berkaitan dengan pendaftaran tanah, penerbitan sertipikat, literatur yang digunakan antara lain: hukum, hasil penelitian, artikel ilmiah, buku, jurnal ilmiah baik secara nasional maupun internasional, skripsi, tesis, dan juga makalah⁶².

3. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier merupakan bahan hukum yang dapat memberikan penjelasan dan petunjuk terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, misalnya: kamus bahasa, kamus hukum, ensiklopedia, dan sebagainya agar diperoleh informasi yang terbaru dan berkaitan erat dengan permasalahanpermasalahan penelitian di atas.

⁶² Soerjono Soekanto,dan Sri Mamudi,*Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*,Penerbit(Jakarta Raja Grafindo Persada 2003) hal 23

E. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian normatif hukum dengan pendekatan studi dokumen. Penelitian ini bersifat kepustakaan atau Library Research. Melalui metode ini dilakukan pengungkapan isi Undang – Undang yang telah di paparkan secara otomatis. Metode ini bertujuan untuk mengumpulkan data - data dan informasi dengan bantuan berbagai macam buku, majalah hukum, artikel hukum, karya ilmiah, jurnal dan dokumen lainnya yang berkaitan dengan judul yang diteliti.

F. Analisis Bahan Hukum

Adapun metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis secara kualitatif. Analisis kualitatif adalah penelitian yang mengacu pada norma hukum yang terdapat pada Peraturan Perundang-undangan dan Putusan Pengadilan serta norma - norma dalam Masyarakat⁶³.

Bagian dari proses analisis dimana data sekunder yang dikumpulkan lalu di proses untuk menghasilkan kesimpulan dalam pengambilan keputusan. Dalam penelitian ini menggambarkan studi dokumen yang dilakukan secara tidak langsung digunakan untuk memperoleh data sekunder, dengan membaca, mempelajari meneliti dan mengidentifikasi literatur peraturan perundang – undangan.

⁶³ <https://digilib.uinsgd.ac.id/> Metode Analisa Data (diakses pada 17 Agustus 2023 pukul 22.03)

