

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang dan Rumusan Masalah

Perdagangan dalam era global sejalan dengan sebuah perjanjian, merek merupakan suatu peranan penting untuk sebuah konsep perdagangan. Merek sebagaimana sudah diatur di dalam Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek, peranan perundang-undangan Merek menjadi keutamaan untuk menjaga dalam sebuah persaingan dagang yang sehat, diperlukan pengaturan yang memadai tentang merek guna memberikan peningkatan layanan bagi masyarakat. Istilah “*merek*” berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka, dan susunan warna kombinasi dari semua unsur yang berpengaruh untuk sebuah penemuan benda, atau bisa juga dikatakan sebagai (*brand*) guna untuk memasarkan produk yang dibuat kemudian ditawarkan di dalam pasaran untuk memikat pembelinya. Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek sudah tidak berlaku dan dicabut pada tahun 2016 digantikan dengan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menjadi peranan penting untuk menjaga persaingan usaha yang sehat, teratur, dan yang adil untuk melindungi konsumen, serta pelaku usaha mikro, kecil, menengah, dan industri/perusahaan.

Merek merupakan *point* penting yang membedakan antara produk satu dan produk lainnya yang mengidentifikasi barang dan/atau jasa dari perusahaan lain sehingga dapat menghasilkan produk serta kemasan yang berbeda dari kompetitornya, yang membedakan dari segi logo, cap, nama, kemasan, dan lain-

lain juga bisa dikatakan memberikan suatu identitas sehingga konsumen mudah dalam mengidentifikasi suatu produk yang dapat berupa nama, istilah, dan tanda. Merek digunakan ke dalam kegiatan perdagangan suatu barang dan/atau jasa apabila dikelola dengan baik dapat meningkatkan kesadaran dan loyalitas konsumen.¹

Merek juga bisa dikatakan sebuah rancangan yang unik dari perusahaan yang menghasilkan sebuah merek dagang, yang membedakan penawarannya dari kategori produk baru nantinya maka merek merupakan segala sesuatu yang menggambarkan tentang produk dagang yang dapat dinikmati oleh konsumen dan dapat diingat oleh konsumen, sehingga perusahaan berlomba-lomba membuat suatu merek yang unik dan menarik. Terkadang suatu produsen/perusahaan menambah warna yang cerah dan menarik dalam produk yang dipasarkan apabila suatu produk terlihat biasa saja namun mereknya bisa membuat suatu produk itu istimewa maka menambah daya tarik konsumen untuk membeli produk dari merek tersebut, merek juga salah satu pemegang peranan penting dalam pemasaran.²

Fungsi utama dari merek agar konsumen dapat mengingat merek juga bisa dikategorikan sebagai suatu persaingan dagang, menuntut agar perusahaan menunjukkan *performance* yang baik agar perusahaan bisa tetap maju dan

¹ Sudargo Gautama, *Hak Milik Intelektual Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2009, Hal 99.

² Ranudhako Sutejo, *Terminology Hukum Merek*, Sinar Grafika, Jakarta, 2010, Hal 230.

berkembang sehingga dapat menguasai pasar. Salah satu *performance* perusahaan, yakni janji dari perusahaan yang menggambarkan suatu kualitas atau sebuah loyalitas dari perusahaan, yang membantu perusahaan dikenal oleh masyarakat dan selalu ditunggu inovasinya, karena merek yang terbaik atau yang selalu diingat oleh masyarakat adalah tujuan dari perusahaan. maka dari itu perusahaan satu dan perusahaan lainnya bersaing untuk mendapatkan hati konsumennya. Pada umumnya konsumen membeli suatu barang karena logo dan mereknya yang menarik, terlebih lagi untuk kaum milenial yang membeli suatu produk karena sebuah merek yang terkenal di pasaran dan harganya mahal yang keluar dipasar-pasar tertentu.³

Merek tidak hanya berbicara tentang suatu barang namun merek juga bisa digolongkan sebagai jasa, yakni suatu jasa dagang yang bisa diberi hak merek agar suatu merek tidak diklaim oleh orang lain maka harus didaftarkan ke dalam hak merek untuk diperoleh sertifikat kepemilikan merek (sertifikat hak atas merek) terhadap suatu penemuan dan inovasinya agar tidak bisa dimiliki oleh banyak orang atau individu. Perdagangan barang dan/atau jasa yang sudah mempunyai merek, terlebih lagi dengan merek yang sudah melambung namanya dapat dikembangkan melalui lisensi merek yang dapat menembus pasar luar negeri. Oleh karena itu, alasan mengapa penting dan perlunya mendaftarkan

³ Budi Inshan, Tanya Jawab Hak Paten, Hak Merek, dan Hak Cipta, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2011, Hal 20.

merek yang sudah berkembang di pasaran mempunyai nama besar dalam pasaran merupakan keuntungan tersendiri untuk pemilik hak merek tersebut.⁴

Merek dagang di Indonesia semakin banyak pilihan guna memasarkan dagangannya, teknologi informasi dan komunikasi di era sekarang sangat mendukung adanya perkembangan merek agar semakin dikenali masyarakat, sehingga mereka dapat mengharapkan sebuah produk yang mereka inginkan dan harapkan oleh karena itu dari banyaknya saingan dari perusahaan satu dan perusahaan lainnya yang mendorong adanya persaingan secara tidak sehat, yakni dengan memalsukan sebuah merek yang sudah terkenal di pasaran. Di Indonesia dapat ditemukan barang dan/atau jasa yang sudah dipatenkan maupun yang sudah didaftarkan hak merek, masih ada barang-barang atau produk yang mirip dengan merek yang sudah didaftarkan atau bisa dikatakan barang yang asli. Banyaknya merek yang disertakan dengan barang-barang yang miripnya dengan barang yang asli namun dijual 50% jauh lebih rendah daripada harga asli. Oleh karena itu, banyak sekali masyarakat yang membeli barang tiruan daripada membeli barang yang asli.⁵

Suatu barang yang dibuat dan mempunyai merek yang sama dalam kegiatan persaingan yang tidak sehat adalah sebuah kompetisi perdagangan yang justru merugikan para konsumennya yang sudah terkecoh untuk membeli produk yang tidak asli. Persaingan yang tidak sehat memperjual-belikan dagangannya dengan

⁴ Ismail Rivardhi dan Andy Hermawan, *Persaingan Dalam Usaha yang Sama Dengan Merek*, Surya Cipta, Semarang, 2004, Hal 76.

⁵ Ahmad Ramli, *Perlindungan Terhadap Hak Merek Terkenal yang Sudah Terdaftar*, PT Mandar Maju, Bandung, 2001, Hal 103.

menggunakan merek yang tidak asli dibuat sedemikian mirip dengan aslinya sehingga konsumen tidak bisa mengenali mana yang merupakan barang palsu atau asli karena banyaknya produk yang tidak asli di pasaran membuat konsumen tidak mengetahui harus membeli yang mana, bahkan mereka tidak mengetahui bedanya asli atau palsu.⁶ Yang konsumen ketahui, mereka membeli produk atau sebuah merek yang sedang diminati dalam pasaran, saat perusahaan berproduksi dan mempunyai merek asli mereka mengeluarkan produk terbaru mereka dan banyak diminati oleh konsumen seketika banyak perusahaan yang sedang bersaing mengeluarkan produk dan merek yang hampir menyerupai atau bahkan sama persis dengan produk yang *original*.

Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis berfungsi melindungi pihak penerbit merek terhadap pendaftaran atau penggunaan oleh pihak lain yang memiliki produk dan barang atau merek yang serupa hampir sama, yang hanya dirubah kata-katanya menyerupai merek yang asli. Prinsip perlindungan merek adalah membatasi barang dan/atau jasa yang terdaftar dan yang telah digunakan, yang itu artinya melarang setiap orang menggunakan merek untuk barang dan/atau jasa yang mirip sekalipun dengan barang dan/atau jasa yang telah terdaftar. Para pelaku produksi barang dan/atau jasa sekaligus pemilik merek yang telah memegang hak atas merek yang dapat digunakan untuk berdagang dan disebar luaskan di dalam pasaran, yang dimana para produsen barang atau sebuah perusahaan akan berusaha menjaga eksistensi barang

⁶ Margono Sasmito dan Amie Isnandar, *Sukses Bisnis Melalui Hak Cipta, Hak Merek, Hak Paten*, PT Surya Citra, Yogyakarta, 2002, Hal 177.

dagangan mereka dengan membuat produk-produk yang berkualitas dengan selalu menjaga reputasinya di dalam persaingan perdagangan.

Perlindungan merek menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis pada pasal 72 ayat (2) dijelaskan bahwasannya “Permohonan penghapusan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat diajukan oleh pemilik merek atau melalui kuasanya baik untuk sebagian maupun seluruh jenis barang/jasa”

Pada pasal 72 ayat (2) ke-7 yang dijelaskan bahwasannya “Penghapusan merek terdaftar atas prakarsa menteri dapat dilakukan jika;

- a) memiliki persamaan pada pokok maupun indikasi geografis
- b) bertentangan dengan ideology Negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, dan agama.”

Pada pasal 73 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis juga dijelaskan bahwasanya “Pemilik merek yang keberatan terhadap keputusan penghapusan merek terdaftar atas prakarsa menteri sebagaimana dimaksud pada pasal 72 ayat (6) dan (7) dapat mengajukan gugatan melalui pengadilan tata usaha Negara”.

Pada pasal 100 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dinyatakan bahwa “setiap orang dengan tanpa hak menggunakan merek yang sama seluruhnya pada merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana dengan pidana penjara paling lama 5 tahun penjara dan denda paling banyak sebesar 2.000.000.000.00 (dua milyar rupiah)”.

Pendaftaran diperoleh melalui pendaftaran di beberapa negara juga melalui pemanfaatan merek tersebut. Pasal 100 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis di atas telah dijelaskan mengenai perlindungan terhadap merek yang sudah dikenal oleh masyarakat tiba-tiba banyak yang meniru dan menjiplak mulai dari logo, cap, merek, dan gambar.

Di sebagian negara, merek yang sudah didaftarkan akan di *publish*-kan dengan sebuah jurnal, rentang waktu yang diberikan untuk pihak ketiga guna melakukan “keberatan” (oposisi/penolakan) atas pendaftaran merek yang dipublikasikan tersebut. Sedangkan di sebagian negara lainnya merek hanya dipublikasikan apabila merek yang sudah didaftarkan diberikan rentang waktu untuk melakukan petisi guna membatalkan pendaftaran merek tersebut. Apabila telah diputuskan bahwa tidak ada alasan untuk penolakan, maka merek tersebut akan didaftarkan dan sertifikat pendaftaran akan diterbitkan dengan masa berlaku 10 (sepuluh) tahun.⁷

Negara telah memberikan hak bagi semua produsen untuk mendaftarkan label atau merek yang mereka pakai dan pasarkan. Menurut perjanjian internasional apabila akan mengajukan permohonan untuk mendaftarkan sebuah merek di negara yang telah menandatangani perjanjian internasional dapat diberikan hak prioritas. Hal ini menandakan bahwa orang tersebut diperbolehkan mendahului orang lain untuk mendaftarkan merek, di Indonesia dalam jangka 6 (enam) bulan semenjak permohonan awal. Pada pasal 1 ayat (5) Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dinyatakan bahwa “hak

⁷ Maulana, Ihsan, *Perlindungan Merek Dari Masa ke Masa*, Citra Aditya Bhakti, Bandung, 2001, Hal 32.

atas merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh Negara oleh pemegang merek terdaftar dalam jangka waktu tertentu menggunakan sendiri merek tersebut itu diberikan izin kepada pihak lain”. Berdasarkan pasal 2 ayat (3) Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, merek yang dilindungi ialah sebuah tanda, logo, cap, warna, kata, huruf, susunan warna dalam dua dimensi (2) atau tiga dimensi (3).

Pada umumnya HKI berhubungan dengan sebuah perlindungan dari sebuah penerapan ide dari sebuah perusahaan besar maupun perusahaan kecil (rumahan) apabila mereka mempunyai merek dari sebuah produknya.⁸ HKI akan melindungi hak tersebut dari perusahaan yang sudah membuatnya. Untuk mengajukan pendaftaran sebuah merek dalam pasal 4 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis sudah menerangkan dan menjelaskan apa saja persyaratan yang harus ditaati dan diikuti untuk mendaftarkan sebuah merek agar menjadi hak miliknya beberapa tahun kemudian. Pada pasal 7 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis juga dijelaskan apabila perusahaan atau pelaku usaha menengah ingin mengajukan pendaftaran merek di luar batasan wilayahnya, maka perusahaan atau pelaku usaha harus melalui kuasa hukum pemohon untuk mengajukan pendaftaran merek perusahaannya.

Sementara dalam pasal 16 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dijelaskan bahwa “Apabila hak merek dari perusahaan yang sudah memiliki hak paten namun tetap saja menggunakan untuk

⁸ Ahmad Ramli, *Cyber Law dan Haki dalam system hokum Indonesia*, PT Sinar Grafika, Jakarta, 2016, Hal 78.

menjual produk-produk yang sudah dipatenkan mereknya maka dalam pasal tersebut sudah dijelaskan mengenai pembatalan merek yang sudah dipakai oleh pelaku usaha lainnya”⁹. Dalam HKI melindungi reputasi sebuah perusahaan karena merek merupakan sebuah simbol yang telah dikembangkan perusahaan apabila banyak produsen lain memakai merek tersebut maka akan membuat konsumen tidak mengetahui, membeli barang yang mana, terkadang tak ada bedanya dari merek terkenal yang palsu maupun merek terkenal yang asli. Apabila konsumen yang sudah mengikuti merek terkenal yang asli maka akan mengetahui perbedaan dari merek yang asli dan merek yang palsu tersebut.¹⁰

Merek tidak hanya dilindungi HKI tetapi hak merek juga dilindungi oleh hukum dagang, namun hukum dagang melindungi rahasia dari perusahaan sebuah informasi yang bernilai komersial dikembangkan dan dijaga yang bersifat rahasia, pelaku usaha tidak hanya menjiplak mereknya saja terkadang mereka menjiplak rahasia dari perusahaan dan jasa merek terkenal. Apabila perusahaan dan jasa merek terkenal tersebut di bidang makanan maka pelaku usaha yang meniru akan meniru sampai ke resep-resep makanan yang disajikan dan kemudian dijual dengan harga yang jauh lebih murah di bawah perusahaan dan jasa merek terkenal tersebut. Apabila perusahaan tersebut bergerak di bidang benda dan barang maka akan ditiru bentuk model barang tersebut.¹¹ Terjadinya peniruan merek untuk barang dan/atau jasa banyak sekali terjadi di Indonesia, pelanggaran tersebut

⁹ *Ibid*, Hal. 33

¹⁰ Rahmi jened, *Hak Kekayaan Intelektual Perlindungan Hak Eksklusif*, PT Refika Aditama, Bandung, 2004, Hal 55

¹¹ Lindsey Eddy, *Hak kekayaan intelektual suatu pengantar*, PT. Alumni Prayatma, Bandung, 2011, Hal 2-3

seakan tidak dapat dihentikan meskipun dalam Undang-Undang sudah dijelaskan hukuman atau sanksinya, mulai dari jaman dahulu hingga pergantian jaman yang berteknologi canggih, majunya teknologi canggih masa kini sangat mudah sekali memasarkan barang-barang tersebut melalui media sosial yang sedang diminati banyak muda-mudi di dunia termasuk di Indonesia. Namun tidak hanya kalangan anak muda saja saat ini yang menggunakan bahkan orang tua dan anak kecil sudah menggunakan media tersebut, dari media sosial ini banyak orang yang menawarkan produk dan jasa ke dalam media sosial tersebut, dan sisi negatif dari media tersebut apabila hendak membeli suatu barang dan menggunakan jasa melalui media-media *online* tidak menjamin asli atau tidaknya suatu barang maupun jasa, terkadang tidak sesuai dengan apa yang diinginkan. Oleh karena itu, banyak sekali produsen barang-barang “KW” memperjual-belikan barang dengan merek yang sudah terkenal namun ternyata bukan barang produksi dari perusahaan yang memiliki merek terkenal tersebut, hanya saja merek dan bentuknya sama.

Pada dasarnya, hak merek tidak ada tanpa adanya proses pendaftaran terlebih dahulu. Apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa telah mendaftarkan merek yang dibuatnya, serta memperoleh sertifikat merek yang merupakan bukti dari hak milik atas merek tersebut maka orang lain tidak dapat mempergunakan dan orang lain tidak berhak untuk memakai merek yang sama untuk barang-barang yang sejenis. Jadi, *constitutive system* memberikan banyak kepastian, seharusnya dengan *constitutive system* dan dengan mekanisme pemeriksaan substantif yang dilakukan sebelum adanya keputusan apakah

pemeriksaan substantif dilakukan sebelum ada keputusan¹² apakah suatu merek dapat didaftarkan atau ditolak, menghindari terjadinya pelanggaran hak merek yang telah didaftarkan oleh pemiliknya.¹³

Faktanya di Indonesia tidak demikian, pelanggaran menggunakan sebuah merek terkenal banyak terjadi, artinya masih banyak praktek dagang mulai dari barang maupun jasa yang melanggar hak merek, tindakan ini terkadang berupa kesengajaan apabila suatu merek adalah barang dan/atau jasa yang sudah besar namanya dan berkembang maka produsen-produsen lainnya memiliki hasrat untuk menirunya. Tindakan pelanggaran hak merek ini semakin meningkat setiap tahunnya, pelaku usaha tidak hanya di dalam negeri tetapi juga bersifat internasional. Tujuan dari mereka meniru suatu merek dagangnya adalah agar mendapatkan keuntungan yang sama dengan perusahaan merek yang ditirunya dengan cara menarik konsumen, ada juga yang meniru namun harga yang ditawarkan jauh lebih murah.

Asas-asas penggunaan merek terkenal tanpa izin pendaftaran pertama dan menyebarkan luaskan merek tersebut dengan produk yang sama merek yang sama, namun bukan barang dari perusahaan yang asli.¹⁴ Di dalam Undang-Undang merek yang lama, yakni Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek pada pasal 3 sudah dijelaskan bahwa hak eksklusif suatu perusahaan yang mempunyai hak atas merek tersebut, adanya penjiplakan merek terkenal ini membuat resah

¹³ *Ibid*, Hal. 10

¹⁴ Sudargo Gautama dan Eni Rinda “Segi-Segi Hukum hak milik intelektual”, PT Citra Aditya Bakti, Bandung Hal 34.

perusahaan karena semakin banyaknya pelaku usaha lainnya yang meniru untuk mendapatkan keuntungan dari merek yang sudah terkenal, padahal pasal 90 Undang-Undang Merek tentang Ketentuan Pidana yang mengatur mengenai pidana untuk pelaku penjiplakan merek terkenal. Pengelolaan merek dalam sistem hukum Indonesia, Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek yang kemudian dicabut pada tahun 2016 dan diganti dengan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Berdasarkan pertimbangan bahwa:

1. Merek mempunyai peran penting dalam era globalisasi;
2. Mempertahankan persaingan usaha yang sehat;
3. Diratifikasinya perjanjian internasional.

Banyak pelaku usaha yang berlomba-lomba menjaga reputasi perusahaannya dengan menjaga merek perusahaannya terus berinovasi agar tidak kalah saing oleh perusahaan, menjaga merek yang dibuatnya untuk sebuah produk maka perusahaan tidak segan untuk mengeluarkan biaya-biaya promosi yang cukup besar dalam memasarkan mereknya ke dalam pasar dagang. Kaidah hukum berfungsi untuk melindungi dan menjaga pemegang hak atas merek yang asli dari pihak yang akan menjiplaknya memasarkan sebuah merek yang sama untuk mengambil keuntungan.

Seperti yang terjadi peniruan pada merek “KELEPON WAHYU” milik H. Sukhron yang berdiri pada tanggal 27 bulan November tahun 1997 yang sudah menjadi ciri khas Desa Gempol, Kecamatan Kabupaten Pasuruan, Jawa Timur untuk dijadikan suatu buah tangan saat melintas di daerah tersebut. Kelepon merupakan jajanan desa yang banyak diminati oleh konsumen, sejak berdirinya

kelepon wahyu sampai sekarang mereka tak pernah sepi pengunjung. Seiring berjalannya waktu banyaknya minat produsen lainnya untuk membuat jajanan dengan merek yang sudah lama terkenal di Desa Gempol. Kecamatan Gempol, Kabupaten Pasuruan ini. Mereka mendirikan toko di sebelah pemilik merek asli KELEPON WAHYU, sehingga satu daerah di pinggiran jalan banyak sekali toko yang bernama KELEPON WAHYU, yang justru membuat bingung para konsumen yang tidak tahu dimana letak toko yang asli. Tindakan ini membuat kurangnya konsumen pemilik merek terkenal asli kelepon wahyu, nama kelepon wahyu ini pun belum di daftarkan mereknya oleh pemilik aslinya, maka dari itu banyak produsen yang meniru tanpa ragu karena merek KELEPON WAHYU tersebut belum didaftarkan dan tidak ada sertifikat pendaftaran hak merek.

Oleh karena itu, hal ini menarik untuk dianalisa lebih terkait hak bagi pemilik merek yang sudah terkenal namun belum terdaftar dan pemilik merek terkenal yang sudah terdaftar, sehingga tidak terjadi kerugian yang besar bagi pemilik merek. Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan di atas maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apa saja persyaratan merek yang dapat didaftarkan menurut Undang-Undang No. 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis?
2. Apa bentuk penyelesaian sengketa peniruan merek terkenal namun belum terdaftar menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis?

1.2. Penjelasan Judul

Judul penelitian ini adalah “PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP MEREK TERKENAL YANG BELUM TERDAFTAR”. Yang dapat dijelaskan bahwa pendaftaran sebuah merek yang digunakan untuk memasarkan barang dan jasa yang diproduksi dan didistribusikan oleh sebuah perusahaan maupun produksi rumahan tertentu untuk menggunakan bahkan memiliki merek tersebut. Pemilik merek terdaftar memiliki hak untuk mencegah pelaku usaha lainnya untuk menggunakan merek yang sudah terkenal tanpa izin dari pemilik merek tersebut. Penjelasan kemudian dijelaskan dari Kamus Besar Bahasa Indonesia:

1. Perlindungan. Pengertian perlindungan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah tempat berlindung; melindungi (hal dan sebagainya). Sedangkan kata perlindungan berasal dari kata dasar “lindung” yang berarti menempatkan dirinya dibalik atau di belakang sesuatu supaya terlindungi, meminta pertolongan.¹⁵ Perlindungan menurut hukum memberikan pengayoman kepada hak manusia yang dirugikan haknya dengan kata lain berbagai upaya dalam melindungi hak asasi manusia aparat hukum menegakkan secara berkeadilan.¹⁶
2. Hukum. Pengertian Hukum menurut Kamus Hukum adalah suatu peraturan yang sudah dibuat agar tidak dilanggar.¹⁷

¹⁵Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta, 1998.

¹⁶ <https://kamushukum.web.id/arti-kata/undang-undang//perlindungan>. Diakses pada tanggal 25 bulan april tahun 2019

¹⁷ Ibid, arti kata Hukum

3. Merek. Pengertian merek menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah tanda yang dikenakan pengusaha (pabrik, produsen) pada barang yang dihasilkan sebagai tanda pengenal. Pengertian kata merek menurut Undang-Undang Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda digunakan dalam sebuah produk dan jasa
4. Terkenal. Pengertian terkenal menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah dikenal atau belum diketahui umum; termasyhur, tersohor.
5. Terdaftar. Pengertian kata terdaftar menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah dikutip dari kata daftar atau sudah tercatat (tercantum, dimasukkan) dalam suatu daftar.¹⁸

1.3. Alasan Pemilihan Judul

Setelah memperhatikan pokok pikiran dan latar belakang yang penulis uraikan, ada beberapa alasan yang menjadi dasar penulis memilih judul “PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP MEREK YANG TERKENAL BELUM TERDAFTAR”. Alasan pemilihan judul sebagai berikut:

1. Untuk menganalisa apakah di dalam masyarakat perlindungan Undang-Undang Merek sudah berjalan sebagaimana mestinya
2. Untuk mengetahui perlindungan hukum apa saja yang diberikan Undang-Undang terhadap merek terkenal namun belum terdaftar.

¹⁸ Ibid, arti kata terdaftar

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian secara khusus merupakan pengkhususan dan sebuah tambahan untuk meneliti ilmu-ilmu sosial, berdasarkan permasalahan yang ada serta manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini sejalan dengan pemikiran diatas maka penelitian mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengkaji Undang-Undang Merek berlaku untuk melindungi pengusaha yang mempunyai merek terkenal namun belum terdaftar.
2. Untuk mengkaji Kinerja Undang-Undang beserta pemanfaatannya bagi pemilik hak merek agar mereka lebih dilindungi haknya.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian dan penulisan proposal ini secara teoritis dapat menambah pengetahuan atau wawasan serta semangat untuk kalangan mahasiswa hukum seluruh Indonesia dalam menulis dan membaca dijadikan sebagai sebuah referensi terlebih lagi khususnya untuk hukum perdata tentang hak merek.

1.5.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian dan penulisan proposal ini secara praktis diharapkan dapat menjadi kerangka acuan dan landasan bagi penulis selanjutnya dan sangat berharap dapat memberikan masukan bagi para pembaca terutama bagi pelaku usaha yang meniru merek sudah terkenal di perdagangan agar Pejabat, dan Instansi yang bekerja di pusat pendaftaran hak merek lebih memperkuat Undang-Undang merek dan memberi penyuluhan agar

masyarakat mengetahui larangan untuk meniru merek yang sudah terkenal meskipun belum terdaftar. Penulisan proposal skripsi ini penulis berkeinginan agar dapat berguna bagi semua orang sehingga dapat memahami dan mendapatkan pengetahuan agar tidak melakukan kecurangan dalam berbisnis mengambil merek yang sudah terkenal untuk kepentingan pribadi.

1.6. Metode Penelitian

1.6.1. Pendekatan Penelitian

Penelitian adalah terjemahan dari Bahasa Inggris yaitu *research*. Kata *research* berasal dari kata *re* atau disebut dengan kembali dan kata *to search* artinya adalah mencari, bila diterjemahkan keseluruhan arti kata *research* berarti mencari kembali. Penelitian itu pada dasarnya adalah suatu usaha pencarian yang timbul sebuah pertanyaan yang perlu untuk dicari. Melalui proses penelitian tersebut perlu diadakannya analisis dan konstruksi terhadap data yang telah dikumpulkan dan diolah.

Berdasarkan pada permasalahan yang di angkat dalam proposal skripsi ini, maka metode yang digunakan adalah menggunakan metode penelitian hukum dengan pendekatan melalui Undang-Undang yang berlaku atau bisa disebut dengan *Statute Approach* dan pendekatan konsep atau *Conceptual Approach*. Metode Penelitian Hukum menurut pendapat Soerjono Soekanto adalah suatu penelitian ilmiah yang dilakukan berdasarkan pada tercapainya sesuatu yang dikehendaki, klasifikasi penggolongan dan pemikiran tertentu yang bertujuan

untuk mempelajari suatu masalah hukum dengan jalan menganalisis.¹⁹ Maka dari itu perlu diadakan pengkajian yang mendalam terhadap faktor hukum tersebut untuk pada akhirnya mengupayakan suatu pemecahan atas isu hukum yang terjadi di dalam lingkungan masyarakat yang sedang terjadi.

Penelitian Hukum menurut pendapat Soerjono Soekanto beliau membedakan menjadi 3 bagian penelitian yakni : penelitian secara *eksploratori*, penelitian secara deskriptif, dan penelitian *eksplanatori*, penelitian hukum secara normatif mengkaji hukum dengan konsep norma atau suatu kaidah yang berlaku di masyarakat sebagai sebuah acuan untuk perilaku setiap makhluk hidup.²⁰ Hal ini sesuai dengan karakter preskriptif ilmu hukum. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan di dalam keilmuan yang bersifat deskriptif yang menguji kebenaran ada tidaknya suatu fakta yang disebabkan oleh suatu faktor tertentu, penelitian hukum dilakukan untuk menghasilkan argumentasi, teori atau konsep baru sebagai preskripsi dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi.

1.6.1.1. Statute Approach

Pendekatan Perundang-undangan (*statute approach*) merupakan pendekatan yang dilakukan dengan cara mempelajari semua peraturan perundang-undangan dan pengaturan yang bersangkutan-paut dengan isu hukum yang ditangani. Bagi penulis untuk melakukan kegiatan praktis dengan cara pendekatan undang-

¹⁹, Soekanto Soerjono, “*Pengantar Penelitian Hukum*”, Universitas Indonesia, Jakarta, 1986. Hal 50

²⁰ *Ibid*, Hal 66

undang ini akan membuka peluang bagi penulis untuk mempelajari bagaimana ketetapan dan kesesuaian antara peraturan dengan peraturan yang lainnya atau antara peraturan yang telah ada dan Undang-Undang Dasar atau antara regulasi dan undang-undang.

1.6.1.2. *Conceptual Approach*

Pendekatan Konsep (*conceptual approach*) adalah pendekatan yang dilakukan apabila penulis tidak menyimpang dari aturan hukum yang ada. Pendekatan ini dilakukan karena sebenarnya belum dan/atau tidak ada aturan yang mengatur sebelumnya mengenai masalah yang dihadapi.

1.6.2. Sumber Bahan Hukum

Sumber bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini adalah bahan hukum sekunder dan bahan hukum primer, seperti:

1.6.2.1. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer adalah bahan-bahan hukum yang mempunyai kekuatan hukum yang mengikat seperti:

- a. Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek.
- b. Undang-Undang No. 21 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

1.6.2.2. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder berupa semua publikasi tentang hukum yang bukan termasuk dokumen-dokumen resmi. Publikasi tersebut tentang hukum yang meliputi buku-buku teks, kamus-

kamus hukum, dan jurnal hukum. Bahan hukum sekunder yang digunakan dalam penulisan proposal ini adalah sebagai berikut:

- a. Buku-buku mengenai dasar-dasar hak merek yang berkaitan dengan perlindungan hak merek dan buku tentang sejarah hak merek
- b. Jurnal-jurnal mengenai Hak merek yang berkaitan dengan keterkaitan Undang-Undang dalam melindungi pemegang hak merek terkenal.

1.7. Pertanggungjawaban Sistematis

Pertanggungjawaban sistematis bertujuan agar penelitian ini dapat terarah dan sistematis, sehingga dalam penulisan skripsi ini, penulis membagi menjadi 4 (empat) bab yaitu sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, yang merupakan pengantar secara keseluruhan dari isi skripsi ini, yang di dalamnya judul, permasalahan: latar belakang dan rumusan masalah, penjelasan judul, alasan pemilihan judul, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan pertanggungjawaban sistematis.

BAB II Pembahasan rumusan masalah pertama, yang menyimpulkan dan menganalisa apa saja yang dapat diajukan untuk mendaftarkan merek menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

BAB III Pembahasan rumusan masalah kedua, yang menyimpulkan dan menganalisa apa saja bentuk penyelesaian sengketa merek terkenal namun belum terdaftar menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

BAB IV Penutup, merupakan akhir dari penulisan skripsi ini yang berisikan kesimpulan dan saran, kesimpulan berisikan simpulan keseluruhan pembahasan BAB II dan BAB III. Saran berisikan output dari penulisan skripsi ini agar nantinya bisa menjadi bahan rujukan pihak terkait masalah yang dibahas.

