

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam dunia bisnis atau perdagangan penggunaan merek terhadap produk barang dan jasa, bertujuan untuk membedakan barang atau jasa tersebut dengan barang atau jasa, yang beredar di pasaran. Kebutuhan untuk menunjukkan identifikasi sumber asal barang lebih dirasakan lagi manfaat pemberian merek.¹⁾ Keberhasilan para pelaku bisnis, tidak terlepas dari peranan merek sebagai aset tidak berwujud, yang dapat memberikan identitas terhadap barang atau jasa yang dihasilkan. Dunia industri terus berkembang dinamis dan persaingan, yang begitu ketat semakin menumbuh kembangkan kesadaran para pelaku bisnis akan pentingnya sebuah merek. Manusia pada dasarnya adalah makhluk ciptaan yang unik karena dikaruniai akal pengetahuan serta pemikiran yang tak terbatas terhadap sesuatu hal di kehidupan ini, hal tersebut pada era globalisasi sekarang sudah menjadi salah satu sumber daya yang berasal dari sebuah hasil pemikiran manusia yang bebas dan ekspresif yang dinamakan hak kekayaan intelektual (HKI).¹ Hak Kekayaan Intelektual merupakan ilmu yang tumbuh dari objek tertentu, dari yang tidak berwujud (*Intangible*) kemudian menjadi yang berwujud (*Tangible*), artinya timbul suatu ide atau gagasan manusia melalui proses yang disebut intelektual (*Creation of the Mind*) yang pada akhirnya menghasilkan

¹⁾ Yahya Harahap, *Tinjauan Merek Secara Umum*, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 1996), hlm. 35.

¹ Muhammad Djumhana dan R.Djubaedilah, *Hak Milik Intelektual (Sejarah, Teori, dan Praktiknya di Indonesia)*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014), hlm. 17.

suatu karya, baik itu dalam bidang hak cipta, desain industri, paten, merek dan sebagainya.²

Salah satu ide yang menjadi sebuah karya yang dihasilkan oleh HKI adalah merek. Merek merupakan salah satu bagian dari wujud karya intelektual yang memiliki peranan penting bagi kelancaran dan peningkatan perdagangan barang atau jasa dalam kegiatan perdagangan dan investasi yang terjadi pada perkembangan globalisasi sekarang ini. Demikian pentingnya peranan merek ini, maka dilekatkan perlindungan hukum, yakni sebagai objek terkait hak-hak perseorangan atau badan hukum.³

Dengan diundangkannya Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, semakin mengukuhkan bentuk perlindungan merek di Indonesia. Definisi mengenai merek ada didalam Pasal 1 angka (1) Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001. Merek tidak hanya sekedar untuk membedakan suatu produk dengan produk yang lain, melainkan juga berfungsi sebagai aset perusahaan yang tidak ternilai harganya, khususnya untuk merek-merek yang berpredikat terkenal (*well-known mark*). Apabila suatu perusahaan mencapai tahapan yang menjadikan merek dikenal luas oleh masyarakat, maka hal itu dapat menimbulkan kompetitor-kompetitor yang beritikad tidak baik (*bad faith*) untuk melakukan persaingan tidak sehat dengan cara peniruan, pembajakan, bahkan

² Hendra Tanu Atmadja, *Perlindungan Hak Cipta Berdasarkan Undang-Undang No.19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta*, (Jakarta : Pratiwi Jaya Abadi Publishing, 2009), hlm. iii

³ Adrian Sutedi, *Hak atas Kekayaan Intelektual*, (Jakarta : Sinar Grafika, 2009), hlm. 91-92.

mungkin dengan cara pemalsuan produk bermerek dengan mendapatkan keuntungan dagang dalam waktu yang singkat.⁴

Perlindungan hukum terhadap merek di Indonesia berdasarkan UU No.15 Tahun 2001 menggunakan sistem konstitutif. Artinya adalah bahwa merek dilindungi karena pendaftarannya (*First to File System*). Pihak yang lebih dulu mendaftarkan, akan menjadi pemilik yang berhak menggunakan mereknya tersebut. Guna melindungi merek dagangnya, maka para pemilik merek harus melakukan pendaftaran pada Kantor Merek. Setiap merek yang telah didaftarkan, memberikan hak kepada pemiliknya untuk memperoleh perlindungan hukum atas merek tersebut.⁵

Pendaftaran merek harus dilandasi itikad baik dari pemilik merek yang diatur didalam Pasal 4 UU Merek, dimana pendaftaran dilakukan untuk memperoleh perlindungan. Pendaftaran merek yang didasarkan pada itikad tidak baik akan menimbulkan kerancuan dan penyesatan atas pengenalan konsumen terhadap produk-produk tertentu. Pendaftaran merek yang dilandasi itikad tidak baik, dapat diajukan pembatalannya melalui Pengadilan Niaga. Putusan Pengadilan Niaga yang memutuskan untuk mengabulkan gugatan pembatalan merek akan ditindak lanjuti dengan pembatalan merek oleh Direktorat Jenderal

⁴ Sentot P.Sigitodkk, *Tinjauan Yuridis Pembatalan Merek DagangTerdaftar Terkait Prinsip Itikad Tidak Baik (Good Faith) dalam Sistem Pendaftaran Merek (studi putusan nomor 356 K/Pdt.Sus-HaKI/2013)*, Skripsi, Malang : Fakultas Hukum Universitas Brawijaya, 2014, hlm. 2.

⁵ Milka Salindeho, *Tinjauan Yuridis Gugatan Pembatalan Merek Berdasarkan "Itikad Tidak Baik" (Studi Kasus Gugatan Pembatalan Merek "Rasional")*, Tesis, Jakarta : Universitas Esa Unggul 2011., hlm. 5.

Hak Kekayaan Intelektual dengan mencoret merek yang bersangkutan dari daftar umum merek.⁶

Keberadaan merek dapat lebih memudahkan konsumen membedakan produk, yang akan dibeli oleh konsumen dengan produk lain, sehubungan dengan baik kualitas, kepuasan, kebanggaan, maupun atribut lain, yang melekat pada merek.²⁾ Merek juga salah satu karya intelektual, yang mempunyai peranan yang penting dalam kehidupan ekonomi terutama dalam bidang perdagangan barang dan jasa. Hal yang tak terkalah penting “merek memiliki unsur-unsur yang memiliki daya pembeda warna, atau kombinasi dan berfungsi untuk membedakan produk, yang satu dengan yang lainnya, yang sejenis dalam satu kelas. Merek harus merupakan suatu tanda, yang dapat dicantumkan pada barang bersangkutan atau bungkusannya suatu barang.”³⁾

Pada persepsi “Merek mempunyai nilai tambah khusus jika merek yang bersangkutan sudah dikenal oleh banyak konsumen sehingga merupakan "roh" ekonomi perusahaan.”⁴⁾ Dengan demikian, perusahaan dapat mengalihkan atau melisensikan kepada pihak-pihak lain sehingga memperluas pemasaran, meningkatkan pendapatan hingga menciptakan lapangan pekerjaan.

Pada waktu konsumen membuat keputusan, kekuatan suatu identitas merek akan meningkatkan peluang bahwa konsumen akan terus mengingat merek tersebut mengingat “hal ini juga akan memberikan kontribusi terhadap persepsi

⁶ Ibid, hlm. 6-7.

²⁾ Darmadi Duriyanto, dkk. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas Perilaku Merek*, (Jakarta: Gramedia Utama Pustaka, 2001), hlm. 2.

³⁾ Abdulkadir Muhammad, *Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*, (Bandung: Citra Aditya, 2001), hlm.120-12.

⁴⁾ Insan Budi Maulana dan Yoshiro Sumida, *Perlindungan Bisnis Merek Indonesia*, (Jakarta, Pustaka Sinar Harapan, 1994), hlm. 20.

akan kualitas produk tersebut, mendorong loyalitas konsumen sehingga membelinya lagi. Walaupun harganya sedikit lebih mahal dibandingkan merek lain, namun karena konsumennya loyal konsumen tetap membelinya.”⁵⁾

Tanpa disadari, merek memiliki keuntungan ekonomis yang sangat besar, oleh karena itu, harus ada perlindungan atas merek tersebut. Ketika suatu merek menjadi terkenal, maka yang terjadi selanjutnya adalah timbulnya produk-produk palsu yang menggunakan merek dagang yang sama. Hal itu tentu saja merugikan produsen produk tersebut dan juga langsung merugikan konsumen pengguna merek, maka dari itu “untuk memberikan perlindungan atas merek, maka dilakukan pendaftaran atas merek pada instansi yang berwenang. Dalam hal ini adalah Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual.”⁶⁾ Namun perlu disadari bahwa pendaftaran atas suatu merek, tentunya juga harus memenuhi persyaratan yang ada menurut ketentuan-ketentuan yang berlaku.

Pada hakikatnya, merek harus mempunyai daya pembeda, oleh karena itu, penamaan atas suatu merek harus berbeda satu dengan yang lainnya.⁷⁾ Dengan dilakukannya pendaftaran dan dikeluarkannya sertifikat atas merek. Maka merek yang dimiliki telah mendapatkan perlindungan hukum.

Keuntungan mendaftarkan merek adalah untuk melindungi merek, menghindari penipuan Merek maupun perbuatan curang yang dilakukan oleh pihak lain, yang tidak bertanggung jawab dan ingin mendapatkan keuntungan

⁵⁾ *Ibid.*, hlm. 27.

⁶⁾ Rachmadi Usman, *Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual, Perlindungan dan Dimensi Hukumnya di Indonesia*, (Jakarta: PT Alumni: Bandung: 2003), hlm. 320.

⁷⁾ OK Saidin, *Aspek Hukum Kekayaan Intelektual*, Cetakan Pertama (Jakarta: PT Raya Grafido Persada, 1995), hlm 267.

ekonomis atas suatu merek.⁸⁾ Sering dengan ketatnya persaingan dalam dunia perdagangan barang dan jasa, merek menjadi sebuah hal, yang sering menjadi obyek pembajakan. Pembajakan dalam merek, biasanya meliputi, “persamaan pada keseluruhan dan persamaan pada pokoknya. Pelanggaran ini sering terjadi meskipun merek yang telah didaftarkan di Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual, bahwa merek hasil tiruan tersebut juga didaftarkan kepada Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual dan mendapatkan sertifikat pendaftaran. Hal ini merupakan salah satu permasalahan dalam bidang Hak Kekayaan Intelektual terutama bidang merek.”⁹⁾

Kasus sengketa merek terdaftar, patut menjadi cerminan bagi pengusaha, dan sebagai peringatan kepada pelaku usaha, supaya berhati-hati dengan pendaftaran merek. Disisi lain, terjadinya pembajakan merek oleh pihak lain biasanya terjadi karena sifat dasar manusia memang meniru termasuk dalam menciptakan merek. Alasan lain adalah karena membuat merek sendiri memerlukan biaya besar dan prosedur pendaftaran yang cukup rumit. Salah satu fungsi dari merek adalah untuk mempermudah pengiklanan produk kepada masyarakat sehingga masyarakat tertarik untuk menggunakan/ membeli produk tersebut. Karena fungsi tersebut pihak yang ingin produknya mudah dikenal lalu meniru merek yang sudah terkenal tersebut.

Berkenaan dengan ulasan tersebut di atas, penulis tertarik untuk mengkaji secara mendalam tentang kasus sengketa merek antara merek “Gudang Garam”

⁸⁾ Puspa Kriselina., *Pentingnya Membangun Merek Dagang*. (diterbitkan pada Buletin KONVERGENSI Edisi X tanggal 16 Oktober 2006), www.IPCenterHji.org. (14 Februari 2014).

⁹⁾ Ahmadi M. Ramli, *Cyber Law dan HAKI dalam Sistem Hukum Indonesia*, (Bandung: PT. Refika Aditama, 2004), hlm. 11

(PT. Gudang Garam Tbk) dan merek “Gudang Baru” (H. Ali Khosin). Kasus ini bermula pada saat PT. Gudang Garam Tbk selaku pemilik merek “Gudang Garam” melakukan gugatan terhadap H. Ali Khosin selaku pemilik merek “Gudang Baru”. Pada peradilan tingkat pertama, merek Gudang Garam memenangkan gugatannya dan dianggap hakim merek Gudang Garam sebagai merek terkenal, sedangkan merek Gudang Baru yang masuk dalam jenis barang di kelas 34 mempunyai persamaan pada pokoknya dengan merek Gudang Garam milik Penggugat Nomor register IDM000384516, IDM00034489, IDM000344493 dan IDM000014007 dan tentunya dalam hal ini Jenderal HAKI melakukan pembatalan pendaftaran merek Gudang Baru dari daftar umum merek Direktorat Jenderal HAKI. Sedangkan dalam Peradilan di tingkat Mahkamah Agung, Hakim Mahkamah Agung mengabulkan permohonan kasasi H. Ali Khosin selaku pemilik merek Gudang Baru dan membatalkan putusan Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Surabaya, Nomor 04/HKI-MEREK/2013/PN-NIAGA.SBY, dan menghukum Termohon Kasasi/Penggugat untuk membayar biaya perkara dalam semua tingkat peradilan, yang dalam tingkat kasasi sebesar Rp. 5.000.000,00 (lima juta rupiah).

Alasan ketertarikan penulis pada kasus ini adalah tentang pertimbangan hakim Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Surabaya yang menyatakan ada persamaan pada pokoknya merek Gudang Baru dengan merek Gudang Garam. Dimana merek Gudang Baru diajukan berdasarkan itikad tidak baik, bertentangan dengan ketertiban umum, atau memiliki persamaan dengan merek terdaftar, ataupun merek terkenal.

Berdasarkan hal tersebut di atas, maka penulis tertarik untuk menuangkan tulisan ini dalam bentuk skripsi dengan judul : **"ANALISIS YURIDIS TENTANG SENGKETA PERSAMAAN MEREK DAGANG ANTARA “GUDANG GARAM” DAN “GUDANG BARU” (STUDI KASUS PUTUSAN NO. 162 K/PDT.SUS-HKI/2014)”**.

B. Rumusan Masalah

Atas dasar latar belakang yang telah disebutkan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahannya yaitu :

1. Bagaimana pendapat hakim tentang adanya kemiripan atau persamaan hanya pada bentuk, tulisan, bunyi pengucapan atau penyebutan antara merek Gudang Garam dengan merek Gudang Baru bisa dikategorikan mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya?
2. Bagaimana pembatalan merek terkait dengan Pasal 6 bis Konvensi Paris Tahun 1967 bahwa gugatan terhadap pemilik merek yang beritikad tidak baik, tidak mengenal batas waktu dikaitkan dengan putusan No. 162 K/Pdt.Sus-HKI/2014?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan yang hendak dicapai penulis adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pendapat hakim tentang adanya kemiripan atau persamaan hanya pada bentuk, tulisan, bunyi pengucapan atau penyebutan antara merek

Gudang Garam dengan merek Gudang Baru bisa dikategorikan mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya.

2. Untuk mengetahui alasan pembatalan merek terkait dengan Pasal 6 bis Konvensi Paris Tahun 1967 bahwa gugatan terhadap pemilik merek yang beritikad tidak baik, tidak mengenal batas waktu dikaitkan dengan putusan No. 162 K/Pdt.Sus-HKI/2014.

Sedangkan kegunaan penelitian pada skripsi ini adalah :

1. Bagi Penulis

Guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Sarjana Strata 1 (S-1) Fakultas Hukum Universitas Esa Unggul, sekaligus untuk menambah dan memperdalam ilmu pengetahuan hukum perdata khususnya tentang pembatalan merek.

2. Bagi Akademik

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan di bidang ilmu hukum perdata, khususnya mengenai pembatalan merek.

D. Kerangka Teoritis

Teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini antara lain yaitu Menurut Muhammad Djumhana dan R. Djubaedillah, sistem HKI harus berdasarkan Prinsip :⁷

⁷ Hery Firmansyah, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek*, (Yogyakarta : Pustaka Yustisia), 2011, hlm. 7-9.

a. Prinsip Keadilan (*the principle of natural justice*)

Hukum memberikan perlindungan demi kepentingan pencipta berupa satu kekuasaan untuk bertindak dalam rangka kepentingan tersebut. Perlindungan ini tidak terbatas hanya dalam negeri saja melainkan diluar batas negaranya.

b. Prinsip Ekonomi (*the principle of economic*)

HKI ini merupakan hak yang berasal dari kegiatan kreatif, daya pikir manusia yang diekspresikan kepada khalayak umum dalam berbagai bentuk dan manfaat dalam menunjang kehidupan manusia, karena ini akan memberikan keuntungan bagi pemiliknya, misalnya dalam pembayaran *royalty* atau *technical fee*.

c. Prinsip Kebudayaan (*the principle of cultural*)

Dengan tumbuh dan berkembangnya ilmu pengetahuan, seni, dan sastra sangat besar artinya bagi peningkatan taraf kehidupan, peradaban, dan martabat manusia. Pengakuan atas kreasi, karsa, dan karya cipta manusia yang dibukukan dalam sistem hak milik intelektual adalah suatu yang tidak bisa dilepaskan, sebagai perwujudan untuk membangkitkan semangat dan melahirkan ciptaan baru.

d. Prinsip Sosial (*the principle of social*)

Hukum tidak mengatur kehidupan manusia sebagai perseorangan yang berdiri sendiri, terlepas dari manusia lain, tetapi hukum mengatur kepentingan manusia sebagai warga masyarakat, maka dengan demikian terjadi ikatan kemasyarakatan. Hukum juga memberikan hak untuk perseorangan ataupun persekutuan yang nantinya juga berguna untuk kepentingan seluruh masyarakat.

Merek merupakan bagian dari kelompok dalam Hak Kekayaan Intelektual. Teori HKI didukung oleh beberapa teori antara lain :⁸

1) Teori *Reward*

Teori ini menyatakan bahwa pencipta atau penemu HKI perlu diberikan penghargaan atas usaha atau upayanya tersebut.

2) Teori *Recovery*

Penemu atau pekerja telah membuang waktu dan uang, maka perlu diberikan kesempatan untuk meraih kembali apa yang telah dikeluarkannya tersebut.

3) Teori *Incentive*

Bahwa insentif diperlukan agar kegiatan-kegiatan pelaksanaan dan pengembangan kreatifitas penemuan dan semangat untuk menghasilkan penemuan dapat terjadi

4) Teori *Risk*

Mengemukakan bahwa HKI merupakan hasil dari suatu penelitian dan mengandung resiko, dengan demikian wajar untuk memberikan perlindungan sementara terhadap upaya atau kegiatan yang mengandung resiko tersebut.

E. Definisi Operasional

Dalam penelitian ini akan sering ditemukan beberapa istilah hukum dan untuk memudahkan penulis menyampaikan pesan yang ada di dalam skripsi ini adalah sebagai berikut :

⁸ Milka Salindeho, *Op-Cit* , hlm. 10.

Pengertian tinjauan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah hasil meninjau; pandangan; pendapat (sesudah menyelidiki, mempelajari, dsb) Sedangkan kata tinjauan berasal dari kata dasar “tinjau” yang berarti : (a) melihat sesuatu yang jauh dari tempat yang ketinggian, (b) melihat-lihat (menengok, memeriksa, mengamati, dsb), (c) mengintai, (d) melihat (memeriksa), (e) mempelajari dengan cermat, memeriksa (untuk memahami) dan (f) menduga (hati, perasaan, pikiran, dsb).¹⁰

Pengertian yuridis menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah “bantuan hukum”.¹¹

Gugatan adalah tuntutan hak atau tuntutan perdata yang mengandung sengketa.¹² Dalam pengertian lain, gugatan adalah tuntutan, celaan, kritikan dan sanggahan.¹³

¹⁰ W.J.S. Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Edisi Ketiga, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), hlm. 972.

¹¹ *Ibid.*, hlm. 1016.

¹² Sudikno Mertokusumo, *Hukum Acara Perdata Indonesia*, (Yogyakarta: Liberty, 2002), hlm. 40.

¹³ W.J.S. Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Edisi Ketiga, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), hlm. 387.

Sengketa adalah perkara di pengadilan.¹⁴

Persamaan adalah kemiripan yang disebabkan oleh adanya unsur-unsur yang menonjol antara merek yang satu dan merek yang lain, yang dapat menimbulkan kesan adanya persamaan baik mengenai bentuk, cara penempatan, cara penulisan atau kombinasi antara unsur-unsur ataupun persamaan bunyi ucapan yang terdapat dalam merek-merek tersebut.¹⁵

Pada Kerangka Konsepsional ini penulis ingin mengungkapkan beberapa pengertian yang dipergunakan sebagai dasar penelitian hukum. Untuk memberikan arah atau pedoman yang jelas dalam penelitian ini, maka perlu memahami definisi-definisi sebagai berikut :

1. Hak Kekayaan Intelektual (HKI) adalah hak eksklusif yang diberikan kepada seseorang atau sekelompok orang atas karya ciptanya.
2. Itikad Tidak Baik adalah tindakan atau perilaku yang dilakukan oleh seseorang atau badan hukum yang dengan sengaja meniru logo atau merek dari merek orang lain dengan maksud membonceng ketenaran dari merek yang ditiru.
3. Merek adalah 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 jasa⁹

¹⁴ *Ibid.*, hlm. 1086.

¹⁵ Indonesia, *Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2001 Nomor 110, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4131)*, Pasal 6 huruf (a).

⁹ Undang-Undang No.15 Tahun 2001 Pasal 1 angka (1).

4. Merek Dagang adalah Merek yang digunakan pada barang yang di perdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara berrsama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang-barang sejenis lainnya.¹⁰
5. 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 lainnya.¹¹
6. Merek Kolektif adalah Merek yang digunakan pada barang dan/atau jasa dengan karakteristik yang sama yang diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa sejenis lainnya.¹²
7. Merek Terkenal adalah Merek yang sudah dikenal didunia internasional dan sudah terdaftar di minimal 3(tiga) negara yang berbeda.¹³

¹⁰ Ibid, Pasal 1 angka (2).

¹¹ Ibid, Pasal 1 angka (3)

¹² Ibid, Pasal 1 angka (4).

¹³ *Pendapat Guru Besar HKI, Hendra Tanu Atmadja*

8. Hak atas Merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh Negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam Daftar Umum Merek untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya.¹⁴
9. Permohonan adalah permintaan pendaftaran merek yang diajukan secara tertulis kepada Direktorat Jenderal.¹⁵
10. Pemohon adalah pihak yang mengajukan permohonan.¹⁶
11. Pemeriksa adalah Pemeriksa Merek yaitu pejabat yang karena keahliannya diangkat dengan Keputusan Menteri, dan ditugasi untuk melakukan pemeriksaan terhadap Permohonan pendaftaran Merek.²²
12. Lisensi adalah izin yang diberikan oleh pemilik Merek terdaftar kepada pihak lain melalui suatu perjanjian berdasarkan pada pemberian hak (bukan pengalihan hak) untuk menggunakan Merek tersebut, baik untuk seluruh atau sebagian jenis barang dan/atau jasa didaftarkan dalam jangka waktu dan syarat tertentu.²³

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan di dalam penulisan skripsi ini menggunakan metode penelitian hukum normatif, yaitu : mengkaji hukum

¹⁴ Undang-Undang No.15 Tahun 2001, *Op.Cit.*, Pasal 3.

¹⁵ *Ibid*, Pasal 1 angka (5).

¹⁶ *Ibid*, Pasal 1 angka (6).

²² *Ibid.*, angka 7.

²³ *Ibid.*, angka 13.

yang dikonsepsikan sebagai norma atau kaidah yang berlaku dalam masyarakat dan menjadi acuan perilaku setiap orang. Penelitian hukum normatif atau kepustakaan tersebut mencakup :²⁴

- a. Penelitian terhadap asas-asas hukum.
- b. Penelitian terhadap sistematika hukum.
- c. Penelitian terhadap taraf sinkronisasi hukum.
- d. Penelitian perbandingan hukum.
- e. Penelitian sejarah hukum.

Penelitian skripsi ini akan menggunakan penelitian terhadap asas-asas hukum.

2. Jenis Data

Jenis data yang digunakan adalah data sekunder. Data sekunder tersebut mempunyai ruang lingkup yang sangat luas, meliputi buku-buku harian, buku-buku, sampai pada dokumen-dokumen resmi yang dikeluarkan pemerintah.²⁵

Pada penelitian hukum, data sekunder mencakup :

- a. Bahan Hukum Primer, yaitu bahan hukum yang mengikat yang terdiri dari peraturan perundang-undangan, seperti KUHPer (Kitab Undang-Undang Hukum Perdata), Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek dan peraturan perundang-undangan lain yang terkait.
- b. Bahan Hukum Sekunder, yaitu bahan hukum yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer, seperti rancangan undang-

²⁴ Soerjono Soekanto, Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif; Suatu Tinjauan Singkat*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2009), hlm. 14.

²⁵ *Ibid.*, hlm. 24.

undang, hasil-hasil penelitian, hasil-hasil penelitian, hasil karya dari kalangan hukum dan seterusnya.

- c. Bahan Hukum Tersier, yakni bahan hukum yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder, contohnya adalah kamus, ensiklopedia, indeks kumulatif dan seterusnya.²⁶

3. Metode Pengumpulan Data

Di dalam penelitian ini alat pengumpulan data yang dipergunakan adalah studi kepustakaan. Suatu penelitian hukum (misalnya hukum normatif dapat dibatasi pada penggunaan studi dokumen atau bahan pustaka saja) yaitu (pada data hukum sekunder),²⁷ adalah pengumpulan data dengan mempelajari data mengenai hal-hal yang berupa catatan, transkrip, surat kabar dan pandangan-pandangan yang relevan dengan pokok masalah dan sumber-sumber referensi umum (buku literatur) serta referensi khusus (dokumen) yang secara langsung disesuaikan dengan masalah yang dibahas.

G. Sistematika Penulisan

Penelitian ini dibagi dalam lima bab untuk memudahkan pembahasan sesuai dengan maksud tujuan dari penelitian. Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

²⁶ *Ibid.*, hlm. 13.

²⁷ *Ibid.*, hlm. 66.

BAB I PENDAHULUAN

Dalam Bab I ini penulis menguraikan tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, Kerangka Teoritis dan Kerangka Konseptual, Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II TINJAUAN UMUM TENTANG MEREK

Pada bab II ini akan menguraikan dan membahas mengenai teori hak kekayaan intelektual juga perundang-undangan HKI di Indonesia, pengertian Merek (teori merek dan teori umum merek), fungsi merek, ruang lingkup, persamaan merek, pembatalan merek dan teori-teori yang berkaitan dengan Merek di Indonesia.

BAB III MEREK YANG DI LINDUNGI DAN TINJAUAN UMUM TENTANG PEMBATALAN MEREK

Pada Bab ini akan dibahas mengenai Merek yang dilindungi dalam UU Merek dan sistem pembatalan merek, serta konvensi-konvensi mengenai merek, Akibat Pembatalan Merek terhadap Penerima Lisensi.

BAB IV ANALISIS KASUS PUTUSAN NO. 162 K/PDT.SUS-HKI/2014

Pada Bab IV akan memberikan jawaban mengenai permasalahan yang diangkat dan menguraikan tentang perlindungan suatu merek atas itikad tidak baik dalam pendaftaran merek di Indonesia. hasil penelitian dan penelitian yang terdiri dari pengumpulan data, meliputi kasus yang diangkat, ringkasan putusan pengadilan dan pertimbangan hukumannya, serta analisis pertimbangan Majelis Hakim mengenai putusannya sudah

sesuai dengan Peraturan Perundang-Undangan merek yang berlaku di Indonesia.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan akhir penulisan atau penutup dari skripsi ini dan disusun kesimpulan-kesimpulan yang merupakan intisari atau isi pokok yang dibahas dari bab per bab berdasarkan hasil penelitian. Di samping itu juga penulis berusaha untuk mengemukakan saran-saran agar sedapat mungkin bermanfaat guna dijadikan bahan pertimbangan untuk kemajuan bersama. Saran-saran ini merupakan usulan dan rekomendasi dari hasil kesimpulan.

LAMPIRAN

DAFTAR PUSTAKA

Kasus Putusan Mahkamah Agung No. 162 K/Pdt.Sus-HKI/2014