

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Seiring dengan berkembangnya zaman maka berkembang juga bisnis dan industri perdagangan yang menyebabkan dunia usaha menjadi seperti sebuah arena atau tempat persaingan yang sangat ketat. Seiring berkembangnya industri, penggunaan iklan untuk meluncurkan produk dan memamerkan produk juga akan berkembang secara alami. Tidak dapat dipungkiri bahwa dengan berkembang dan meningkatnya penggunaan periklanan, penggunaan merek dagang yang berfungsi untuk mengidentifikasi produsen atau sumber barang juga semakin meningkat.¹

Hak kekayaan intelektual adalah hak atas suatu karya seseorang baik itu berupa karya cipta, karya dalam bidang kesenian, dalam bidang teknologi berupa penemuan, dan hasil dari olah pikir seseorang yang dicantumkan pada karya yang dibuat dan melekat pada karya tersebut, sehingga pencipta karya mempunyai hak atas karya tersebut, oleh karena itu karya dari seseorang memang harus dan wajib untuk dilindungi karena nantinya akan bermanfaat bukan hanya bagi dirinya sendiri, melainkan semua orang. Karya di bidang hak atas kekayaan intelektual dihasilkan dari kemampuan pemikiran manusia melalui banyak sekali pengorbanan, baik itu tenaga, waktu, pikiran, dan juga perasaan. Satu hal yang harus dipahami untuk menempatkan hak merek untuk

¹ Harsono Adisumarto, *Hak Milik Intelektual Khususnya Paten dan Merek, Hak Milik Perindustrian (Industri Property)*, Jakarta: Akademia Pressindo, 1990, 59-61.

berada dalam hak atas kekayaan intelektual adalah adanya keberadaan hak merek yang ditandai adanya unsur atau bagian yang ditemukan dalam hak atas kekayaan intelektual dibidang lainnya, seperti adanya unsur ciptaan, desain, logo, desain huruf, desain warna, dan sebagainya, sehingga hal inilah yang perlu dilindungi dalam hak merek sebagai tanda pembeda.

Merek dagang adalah tanda atau simbol yang berguna untuk pembeda produk atau jasa dari suatu perusahaan dengan produk atau jasa perusahaan yang lain. Merek dagang dalam suatu barang atau jasa mungkin tidak serupa secara keseluruhan atau sebagian, arti kesamaan secara keseluruhan mengacu pada kesamaan asal, jenis, cara pembuatan, dan tujuan penggunaan, sedangkan pengertian kesamaan pada hakekatnya mencakup kesamaan bentuk, kesamaan susunan, dan kesamaan bahasa. Merek yang berkaitan dengan produk biasanya disebut merek dagang. Artinya, suatu tanda yang dapat digunakan oleh seseorang yang diterapkan pada barang yang diperdagangkan. Selain itu merek juga berfungsi untuk membedakan produk itu berasal atau diproses dari para produsen atau pemasoknya sehingga membuat konsumen lebih tahu tentang asal merek dari produk yang akan dibeli. Undang-Undang tentang merek juga mengatur bahwa merek dagang dianggap sebagai aset atau hak yang dapat dimiliki secara eksklusif oleh pemiliknya dan melarang oleh orang lain untuk menggunakannya tanpa izin pemiliknya. Merek yang terdaftar memiliki perlindungan hukum selama 10 tahun dan bisa diperpanjang agar bisa

dipastikan bahwa merek yang terdaftar masih digunakan untuk barang atau jasa yang masih terus diproduksi dan diperdagangkan.²

Suatu produk baik berupa barang atau jasa yang dibuat oleh seseorang maka akan diberi sebuah tanda pengenal untuk produknya. Seiring perkembangan teknologi, informasi, komunikasi juga dapat membuat berkembangnya bermacam-macam pilihan merek yang bisa dikenal oleh masyarakat Indonesia, yang juga membuat masyarakat bisa untuk mencari berbagai informasi tentang keunggulan dan kelemahan produk dari merek suatu produk sehingga mereka dapat memilih produk mana yang nanti akan dibeli, sehingga antara pemilik merek yang satu dengan yang lain akan bersaing agar bisa mendapatkan penilaian dan juga kepercayaan dari masyarakat selaku pembeli atau konsumen. Hal ini yang akhirnya mendorong terjadinya tindakan pelanggaran yang banyak sekali dilakukan sehingga timbul persaingan yang tidak sehat dalam dunia usaha dan bisnis seperti pemalsuan merek.

Merek sebagai tanda pengenal bisa juga berfungsi sebagai petunjuk asal dari barang atau jasa dan berhubungan dengan tujuan pembuatan merek tersebut. Bagi seorang produsen, merek mempunyai fungsi sebagai penilaian dari produk yang dijual atau diperdagangkan melalui kualitas dan kepuasan pelanggan atau konsumen. Konsumen bisa mengetahui baik atau tidaknya kualitas produk melalui merek yang tertera pada produk, oleh karena itu, merek

² Amelia Cahaya et al., "Perlindungan HKI Terhadap Merek Dagang 'PS Glow' (Analisis Putusan Nomor 2/Pdt.Sus.HKI/Merek/2022/PN.Niaga Sby)," *Jurnal Riset Hukum Dan Pnacasila*, 2022, 83–85.

yang memang mempunyai kualitas dan yang sudah terkenal secara luas oleh konsumen tidak menutup kemungkinan kalau pasti ada yang mengikuti ataupun meniru produk tersebut. Sebuah merek yang diciptakan oleh produsen menciptakan pandangan tertentu bagi calon pembeli, karena dengan cara ini pembeli bisa mengetahui apakah suatu produk mempunyai kualitas yang baik atau tidak berdasarkan mereknya. Merek yang berkualitas dan dikenal luas masyarakat akan memungkinkan adanya peniruan oleh orang lain.

Menurut Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 yang mengatur tentang merek menjelaskan bahwa merek memiliki peran yang begitu penting dalam menjaga persaingan usaha agar tidak melanggar peraturan yang sudah ada, sehingga persaingan usaha bisa lebih sehat dan lebih baik, karena merek bisa digunakan sebagai alat yang dapat digunakan untuk memberikan informasi asal mula suatu produk, kelebihan suatu produk, kelemahan suatu produk, kualitas suatu produk, dan keaslian produk, maka diperlukan adanya regulasi atau peraturan yang mengatur tentang merek

Merek dari suatu produk yang sudah terkenal pastinya memerlukan banyak waktu untuk bisa berada diposisi tersebut dan juga pasti berusaha untuk tetap menjaga reputasi merek tersebut. Akan tetapi, dengan semakin terkenalnya merek pada suatu produk akan mendorong produsen lain untuk meniru atau mengikuti merek tersebut. Dengan persaingan dalam perdagangan yang semakin besar yang pada akhirnya mendorong para produsen yang lain untuk melakukan jalan pintas (*free riding*) dalam perdagangannya terhadap merek mereka agar bisa bersaing dengan merek yang sudah terkenal. Tindakan

ini adalah tindakan yang berusaha untuk menjiplak atau meniru suatu merek produk baik barang atau jasa agar bisa terkenal. Tindakan seperti juga biasa disebut dengan *passing off* yaitu pemboncengan merek yang dilakukan pihak lain tanpa izin pemiliknya, dan tentunya tindakan ini termasuk melawan hukum.

Tindakan *passing off* ini pastinya menimbulkan kerugian bagi pemilik merek yang sebenarnya. Kerugian yang dialami tentunya bermacam-macam seperti turunnya reputasi perusahaan, omzet penjualan yang semakin menurun, dan adanya kritik dari konsumen yang menuntut karena merasa tertipu dan dirugikan oleh kualitas produk yang tidak sesuai dengan merek aslinya. Timbulnya penyalahgunaan merek harus segera ditegakkan dengan hukum yang berlaku untuk melindungi suatu merek sebagai bagian dari karya intelektual seseorang, dengan perlindungan hukum yang diberikan untuk hak merek sebagai bagian karya intelektual tentunya bertujuan untuk mendorong para produsen untuk lebih banyak lagi menciptakan merek-merek terbaru, mengembangkan kreasi mereka, dan juga mendaftarkan merek mereka kepada yang berwenang agar bisa mendapatkan payung hukum dan tentunya agar lebih banyak dikenal masyarakat.³

Perubahan undang-undang tentang hak merek adalah karena Indonesia telah bergabung dalam *Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights* (TRIPS) yang mengharuskan Indonesia untuk mengadaptasi

³ Aurellia Cindy Puspitasari dan Bagya Agung Prabowo, “Perlindungan Hukum dan Upaya Hukum terhadap Sengketa Penggunaan Merek Dagang Terdaftar (Studi Putusan PN Nomor: 2/Pdt.Sus.HKI/Merek/2022/PN.Niaga Sby),” *Prosiding Seminar Hukum Aktual*, 2021, 113–15.

peraturan yang terdapat dalam TRIPS. Melalui cara ini, maka Indonesia sedang berupaya untuk melakukan reformasi ketatanegaraan. Sistem ketatanegaraan yang dimaksud mengatur bahwa perlindungan dan juga pengakuan hak merek yang diberikan pada suatu merek pada pihak yang berwenang, dalam hal ini DJKI. Oleh karena itu, merek yang akan mendapat perlindungan adalah merek yang didaftarkan menurut peraturan perundang-undangan.

Undang-Undang Merek mempunyai fungsi untuk melindungi pihak pemilik merek selaku orang yang pertama kali mendaftarkan merek tersebut, hal ini memberikan payung hukum bagi para pemilik hak merek, sehingga jika ada penggunaan merek oleh orang lain yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek yang terdaftar maka bisa untuk ditindak lanjuti. Perlindungan merek ini tentunya mempunyai prinsip bahwa adanya larangan setiap orang dalam menggunakan merek orang lain baik merek untuk barang atau jasa dan jika merek yang akan didaftarkan hendaknya diteliti terlebih dahulu apakah memiliki kemiripan dengan merek yang sudah terdaftar, sehingga para produsen barang atau jasa selaku pemilik merek bisa menggunakan merek mereka untuk berdagang dan mendapatkan keuntungan. Oleh karena itu, para pemegang merek pasti akan selalu berusaha untuk tetap menjaga reputasi dari barang atau jasa yang diperdagangkan sehingga mampu untuk bersaing dengan para pedagang yang lain. ⁴

⁴ Azzahra Alamsyaha, Dina Nurdiana, Fira Nur Januarizky, " Strategi MS GLOW setelah PS GLOW mengajukan gugatan mengenai merek dagang", *Educationist: Journal of Educational and Cultural Studies*, VOL. 1, NO. 3,(2023), 230–235.

Lambat laun perlindungan hak merek yang diberikan adalah sebagai bentuk pengakuan bahwa merek tersebut milik dari orang yang telah mendaftarkannya sebagai tanda pembeda dari barang yang diproduksinya, juga sebagai pembeda dari barang-barang lain yang tidak menggunakan merek tersebut. Pengakuan terhadap suatu merek memberikan pandangan kepada masyarakat bahwa fungsi dari merek dagang itu sebagai ciri pembeda antara satu produk dengan produk yang lain.⁵

Salah satu bagian dari hak kekayaan intelektual yaitu hak merek dimana keberadaannya dapat diketahui dan dipahami oleh para produsen, sehingga membuat para produsen bisa untuk mempunyai banyak usaha untuk melindungi merek mereka ketika bersaing dipasaran. Persaingan usaha yang semakin ketat sejalan dengan adanya arus globalisasi yang membuat para produsen untuk wajib melindungi mereknya dengan cara melakukan pendaftaran merek, sehingga merek tersebut mempunyai perlindungan hukum jika nanti ada pihak lain yang melakukan pelanggaran dan dapat merugikan para produsen.⁶

Di negara Indonesia, permasalahan tentang HAKI menjadi lebih rumit disebabkan banyak factor yang mempengaruhinya seperti kondisi sosial, kondisi ekonomi, keberagaman masyarakat dan lain sebagainya. Umumnya kondisi penerapan tentang hak kekayaan intelektual dengan baik hanya terdapat pada negara-negara maju, dan beranggapan bahwa tujuan

⁵ Dwi Rizkia Nanda dan Hardi Fardiansyah, *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*, Cetakan Pertama (Bandung : Widina Bhakti Persada, 2022), 53-77 .

⁶ Khoirul Hidayah, *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Cetakan Pertama (Malang, : Setara Press, 2017), 53-60.

perlindungan terhadap kekayaan intelektual yang sudah digunakan oleh negara-negara maju adalah untuk tetap bisa mendominasi negara-negara berkembang secara ekonomi, karena teknologi yang sekarang mempunyai banyak sekali manfaat diantaranya manfaat ekonomi, maka wajar saja jika hak kekayaan intelektual diberikan perlindungan hukum yang jelas dan tepat dengan yang sedang terjadi.

Indonesia mengatur tentang merek didalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Perlindungan terhadap merek yang berlaku di Indonesia menggunakan prinsip *first to file*, yaitu merek tersebut hanya bisa mendapatkan perlindungan hukum apabila merek tersebut telah terdaftar. Maka sebab itu jika pihak perorangan atau perusahaan yang mempunyai produk yang sudah digunakan tapi belum didaftarkan, maka merek itu tidak bisa untuk mendapatkan perlindungan hukum jika semisal ada pihak lain yang meniru merek tersebut lalu didaftarkan. Karena sesuai dengan hukum yang berlaku maka pendaftar pertama yang mendapatkan perlindungan hukum.

Dengan banyaknya pelanggaran tentang merek, maka pemerintah dan masyarakat sudah seharusnya mempunyai kesadaran bersama baik itu dari penegak hukum ataupun para produsen dan juga masyarakat terhadap pentingnya perlindungan hukum terhadap hak merek. Tidak hanya itu mejelis ulama Indonesia sebagai lembaga yang berisikan para ulama dan cendikiawan muslim, melalui ketua komisi fatwa secara resmi mengumumkan adanya fatwa tentang larangan melakukan pembajakan terhadap hak merek orang lain dan perilaku tersebut hukumnya haram. Hal ini tercantum dalam fatwa MUI

Nomor: 1/MUNAS VII/MUI/15/2005 Tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual.⁷

Namun dalam salah satu putusan sengketa merek antara merek MS GLOW dan PS GLOW yang terjadi di pengadilan negeri Surabaya dengan Nomor. 2/Pdt.Sus.-HKI/Merek/2022/PN Niaga Sby yang berisi:

- 1) Merek dagang PS GLOW dan merek dagang PSTORE GLOW memiliki hak eksklusif terhadap merek tersebut sesuai dengan yang terdaftar pada DJKI pada kelas kosmetik dalam penggunaannya.
- 2) Merek dagang MS GLOW dalam penggunaannya mempunyai kemiripan dengan PS GLOW dan termasuk dalam kategori melawan hukum.
- 3) MS GLOW membayar ganti rugi kepada PS GLOW sebesar Rp.37.990.726.332.⁸

Dari isi putusan diatas PS GLOW menang terhadap MS GLOW padahal MS GLOW telah lebih dulu mendaftarkan mereknya pada bulan September tahun 2016 di DJKI dan mempunyai hak untuk menggunakan merek tersebut, sedangkan PS GLOW baru mendaftarkan mereknya pada tanggal 24 Januari tahun 2021. Oleh karena itu hal ini perlu dikaji dengan perspektif Fatwa MUI Nomor 1/MUNAS VII/MUI/5/2005.

⁷ Fachrul Marasabessy, "Analisis Fatwa Mui Tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual," *I-BEST: Islamic Banking & Economic Law Studies* 2, no. 1 (June 26, 2023): 33–50.

⁸ Salinan Putusan Pengadilan Niaga Surabaya No. 2/Pdt.Sus.HKI/Merek/2022/PN.Niaga Sby.

B. Identifikasi Masalah

Dalam sengketa merek antara PS GLOW dan MS GLOW masalah yang ada yaitu:

1. Kurangnya pengetahuan tentang bagaimana mendaftarkan merek
2. Larangan menjiplak atau meniru merek orang lain
3. Pentingnya pendaftaran merek agar merek bisa mendapatkan perlindungan hukum jika nantinya merek tersebut disalahgunakan oleh orang lain.

C. Pembatasan Masalah

Dari beberapa identifikasi masalah diatas maka peneliti hanya memfokuskan penelitiannya yaitu membahas tentang larangan menjiplak atau meniru merek orang lain dan juga bagaimana cara mendaftarkan merek agar bisa mendapatkan perlindungan hukum jika nanti ada pihak lain yang tidak bertanggung jawab dengan menggunakan merek tersebut dan bisa merugikan orang lain.

D. Rumusan Masalah:

1. Bagaimana putusan sengketa merek antara PS GLOW dan MS GLOW dalam putusan Pengadilan Negeri Surabaya Nomor : 2/Pdt.Sus.-HKI/Merek/2022/PN Niaga Sby?
2. Bagaimana pertimbangan hakim dalam memutus perkara Nomor : 2/Pdt.Sus.-HKI/Merek/2022/PN Niaga Sby?
3. Bagaimana analisis Fatwa MUI Nomor 1/MUNAS VII/MUI/5/2005 tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual terhadap pertimbangan hakim

dalam memutus perkara Nomor : 2/Pdt.Sus.-HKI/Merek/2022/PN Niaga Sby?

E. Tujuan dan Kegunaan penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a) Untuk mengetahui putusan sengketa merek antara PS GLOW dan MS GLOW dalam putusan Pengadilan Negeri Surabaya Nomor : 2/Pdt.Sus.-HKI/Merek/2022/PN Niaga Sby.
- b) Untuk mengetahui analisis pertimbangan hakim dalam memutus perkara Nomor : 2/Pdt.Sus.-HKI/Merek/2022/PN Niaga Sby
- c) Untuk mengetahui bagaimana analisis dari Fatwa MUI Nomor 1/MUNAS VII/MUI/5/2005 tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual terhadap pertimbangan hakim dalam memutus perkara Nomor : 2/Pdt.Sus.-HKI/Merek/2022/PN Niaga Sby

2. Kegunaan Penelitian

a. Manfaat Teoritis

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan khazanah ilmu pengetahuan mengenai hak kekayaan intelektual tentang merek baik secara hukum Islam ataupun hukum positif.
- 2) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangsih keilmuan bagi para mahasiswa agar lebih hati-hati, dan juga paham mengenai hak merek ini sehingga jika nanti mengajukan hak merek untuk suatu produknya agar tidak meniru atau menjiplak merek orang lain.

b. Manfaat Praktis

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat dan dijadikan sumber pengetahuan, atau rujukan bagi penelitian selanjutnya yang sesuai dengan topik penelitian ini.
- 2) Mampu menambah wawasan dan pemahaman bagi penulis dan bagi mahasiswa tentang hak kekayaan intelektual tentang hak merek.

F. Kajian pustaka

Kajian pustaka menggambarkan hubungan antara tema penelitian yang diteliti dengan beberapa penelitian yang sama sebelumnya yang dilakukan oleh orang lain. Peneliti dalam meninjau kajian pustaka menemukan beberapa hasil dari penelitian yang dilakukan oleh para peneliti sebelumnya. Hal ini dijelaskan di bawah ini. :

1. Ria Palmas Rosmalia (02011381722363), dengan judul penelitian “Perlindungan Hukum Hak Merek Ayam Geprek Benu (STUDI PUTUSAN NO.58/PDT.SUS-HKI/MEREK/2019/PN NIAGA JKT.PST)” tahun 2021. Dalam penelitian tersebut membahas tentang prosedur pendaftaran merek dan pembatalan merek dan juga menjelaskan bagaimana hukum hakim dalam memutus perkara tersebut. Persamaan dalam penelitian ini yaitu pembahasan tentang sengketa hak merek. Sedangkan perbedaan penelitian penulis dan skripsi Ria Palmas Rosmalia adalah perspektif yang digunakan. Penelitian penulis menggunakan perspektif Fatwa MUI Nomor 1/MUNAS VII/MUI/5/2005 tentang Perlindungan Hak

Kekayaan Intelektual, sementara skripsi Ria Palmas Rosmalia menggunakan perspektif Hak Kekayaan Intelektual saja.⁹

2. Novi Yanti dan Devi Siti Hamzah Marpaung dengan judul “Penyelesaian Sengketa Merek PS GLOW dan MS GLOW Berdasarkan Undang-Undang No. 30 Tahun 1999 Tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian sengketa”, tahun 2022. Dalam penelitian ini dijelaskan bagaimana prosedur atau tata cara tentang sengketa merek jika diselesaikan di luar pengadilan, khususnya melalui lembaga arbitrase. Kesamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah topik yang dijadikan analisis yaitu tentang sengketa merek dagang antara produk MS GLOW dan PS GLOW, dan perbedaannya yaitu penelitian ini membahas mengenai bagaimana prosedur atau tata cara untuk penyelesaian sengketa yang dilakukan oleh lembaga arbitrase di luar lembaga peradilan. sedangkan penelitian ini membahas tentang merek dalam perspektif Fatwa MUI Nomor 1/MUNAS VII/MUI/5/2005 tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual.
3. Dalam skripsi yang ditulis oleh Dea Risky Amanda (2023) Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dengan judul “Penggunaan Merek Dagang Perusahaan Lain Perspektif Hukum Islam (Studi Putusan Pengadilan Niaga No. 2/Pdt.Sus.HKI/Merek/2022/PN Niaga Sby). Penelitian penulis serupa dengan penelitian tersebut yaitu membahas tentang sengketa merek dagang antara PS GLOW dengan MS GLOW,

⁹ Dina Azizatul Masruroh, “Pemaknaan Merek Dalam Sistem Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Studi Kasus Putusan Mahkamah Agung Nomor 160 K/Pdt.Sus-Hki/2023 Dan Nomor 161 K/Pdt.Sushki/2023)”, *Skripsi* (Jember : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2023), 12.

sedangkan untuk perbedaannya yaitu penelitian tersebut membahas penggunaan merek dari perspektif hukum Islam dan etika bisnis Islam, sedangkan pada penelitian ini membahas tentang merek dalam perspektif Fatwa MUI Nomor 1/MUNAS VII/MUI/5/2005 tentang Perlindungan HKI.

10

4. Arie Al Maulana (2021) UIN Syarif Hidayatullah Jakarta yang berjudul “Perlindungan Merek Dagang Dalam Perspektif Hukum Islam dan Hukum Positif Di Indonesia (Tinjauan Atas Sengketa Hak Merek Ayam Geprek Benu Dengan I’m Geprek Benu Sedep Bener). Penelitian tersebut menjelaskan bahwa tindakan preventif dan represif diperlukan untuk menjamin keselamatan dan perlindungan hukum pemilik merek. Penelitian tersebut dan penelitian ini serupa dalam kedua bidang yaitu sama-sama menganalisis tentang merek dagang, dan perbedaannya adalah penelitian tersebut menjelaskan tentang perbandingan perlindungan hak merek menurut hukum Islam dan hukum positif, sedangkan pada penelitian ini penulis membahas tentang merek ditinjau dari perspektif Fatwa MUI Nomor 1/MUNAS VII/MUI/5/2005 tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual.

¹⁰ Dea Risky Amanda, “Penggunaan Merek Dagang Perusahaan Lain Perspektif Hukum Islam (Studi Putusan Pengadilan Niaga No. 2/Pdt.Sus.Hki/Merek/2022/Pn Niaga Sby),” *Skripsi* (Purwokerto: Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, 2023), 11.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan yang digunakan pada penelitian ini akan dibagi menjadi lima bab, dan masing-masing bab terdapat sub bab. Berikut sistematika pembahasannya:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan tentang latar belakang masalah yang telah dijelaskan tersebut lalu dibuatlah rumusan masalah yaitu sebanyak tiga rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, identifikasi masalah, pembatasan masalah, sistematika pembahasan dan kajian pustaka yang akan memudahkan dalam penulisan skripsi ini.

BAB II: KERANGKA TEORITIK

Bab ini berisikan teori-teori yang menjadi landasan dalam melakukan penelitian ini. Landasan teori yang penulis gunakan adalah pengetahuan tentang pengertian merek, undang-undang yang mengatur tentang merek, pengertian pertimbangan hakim, dasar hukum pertimbangan hakim, pengertian fatwa MUI, kedudukan fatwa MUI dalam hukum di Indonesia, dan fatwa MUI yang mengatur tentang hak kekayaan intelektual.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian, pendekatan penelitian, sumber data yang digunakan, metode pengumpulan data, dan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Di dalam bab ini dibahaslah data-data yang sudah dikumpulkan dianalisis menggunakan metode yang telah dijelaskan dalam bab sebelumnya agar bisa memberikan pandangan atau solusi dari permasalahan yang diteliti.

BAB V: PENUTUP

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka ditarik sebuah kesimpulan yang akan dijelaskan dalam bab ini. Selain kesimpulan, ada saran bagi para pendaftar merek, direktorat jenderal hak kekayaan intelektual, dan masyarakat yang belum mendaftarkan mereknya.