

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan perekonomian semestinya menganut sistem ekonomi yang berdampak pada kesejahteraan bersama bagi segenap rakyat Indonesia. Salah satu acuan dalam sistem ekonomi Indonesia yakni Pasal 33 Undang-Undang Dasar Republik Indonesia Tahun 1945 (selanjutnya disebut dengan UUD NRI Tahun 1945) memberikan amanah untuk membangun perekonomian Indonesia berdasarkan demokrasi ekonomi yang dapat menjamin terutama ketenteraman rakyat melebihi ketenteraman perseorangan. Dalam pembangunan demokrasi ekonomi tentunya harus berpedoman pada sistem ekonomi kerakyatan sesuai dengan Pancasila sebagai dasar negara, bahwa pergerakan ekonomi bertujuan untuk menciptakan ketenteraman yang oleh sila kelima Pancasila dinyatakan sebagai *Keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia*. Hal tersebut menunjukkan bahwa sistem ekonomi kerakyatan mengandung landasan filosofis dan legal yang sangat mendasar.¹

Pengaruh globalisasi yang semakin berkembang terus mendorong perkembangan usaha baik barang maupun jasa. Pengembangan inovasi tentu berdampak pada perekonomian Indonesia, tersebut menunjukkan bahwa ide yang diwujudkan merupakan wujud kebendaan Hak Kekayaan Intelektual (selanjutnya disebut dengan HKI) yang dihasilkan melalui kemampuan berfikir kreatif dan eksploratif serta melibatkan fisik dan mental tiap individu.

¹ Rachmawan Budiarto, dkk, *Pengembangan UMKM Antara Konseptual dan Pengalaman Praktis*, Yogyakarta, Gadjah Mada University Press, 2015, hlm.2.

Hasil karya tersebut dianggap sebagai suatu objek yang bernilai, dan harus diberikan perlindungan hukum.²

HKI atau *Intellectual Property Rights* (IPRs) adalah hak ekonomi yang diberikan oleh Undang-Undang kepada pencipta atau penemu terhadap ciptaan yang mengandung kemampuan intelektual manusia. Penegakan HKI yang baik dapat menguntungkan suatu negara, karena sejumlah alasan, diantaranya;

1. HKI memacu pertumbuhan investasi negara baik di dalam dan luar negeri.
2. HKI dapat memajukan pertumbuhan ekonomi nasional suatu negara.

Manfaat HKI tentunya mengandung nilai ekonomi yang dapat diapresiasi dan memunculkan konsep kepemilikan HKI tersebut.³

Perkembangan dunia usaha baik berupa produk sangat pesat, dapat memicu persaingan usaha guna memperoleh perhatian konsumen juga semakin ketat. Hal tersebut tentunya tidak terlepas dari lahirnya merek. Hak merek merupakan bagian dari hak atas intelektual secara eksplisit disebut sebagai benda immateriil dalam konsiderans Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis (yang selanjutnya disebut UU MIG) bagian menimbang butir (a) menyatakan bahwa di dalam era perdagangan global, sejalan dengan konvensi internasional yang telah diratifikasi Indonesia, peranan merek dan indikasi geografis menjadi sangat penting terutama dalam menjaga persaingan usaha yang sehat, berkeadilan,

² Sujana Donandi S, *Hukum Hak Kekayaan Intelektual Di Indonesia (Intellectual Property Rights Law In Indonesia)*, Yogyakarta, Deepublish, 2019, hlm.13-14.

³ Khoirul Hidayah, *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Malang, Setara Press, 2018, hlm 11.

perlindungan konsumen, serta perlindungan usaha mikro, kecil, dan menengah dan industri dalam negeri.

Merek dapat mencegah terjadinya persaingan usaha tidak sehat, sebab dengan merek dapat menandakan pada produk barang dan/atau jasa sejenis, dapat menjadi pertimbangan dilihat berdasarkan kualitas dan jaminan keaslian produk. Seringkali, bukan produk yang menentukan harga, tetapi mereknya. Merek sebagai tanda yang melekat pada suatu produk, kadangkala setelah pembelian, merek tersebut tidak dapat dinikmati oleh pembeli. Merek hanya memberikan kepuasan kepada pembeli. Benda materiilnyalah yang dapat dinikmati. Merek sendiri ternyata hanya merupakan benda immateriil yang secara fisik tidak dapat memberikan apapun.⁴ Merek dapat menjadi ajang bagi kalangan tertentu, merek dapat membuat seseorang menjadi percaya diri dengan memakai barang yang mereknya terkenal merupakan kebanggaan tersendiri bagi konsumen. Beragamnya merek pada produk yang ditawarkan dapat berbagai macam pilihan tergantung pada kemampuan konsumen.

Sebagaimana pada Undang-Undang MIG dinyatakan bahwa merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 dimensi dan atau 3 dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan atau jasa. Suatu

⁴ Ok Saidin, Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (*Intellectual Property Rights*), Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 2015, hlm.441.

produk tentunya harus mempunyai ciri khas tersendiri, salah satunya dengan adanya merek. Merek suatu produk dapat memiliki nilai jual yang tinggi dan identitas yang dihasilkan oleh para pelaku usaha untuk menjaga kelangsungan produknya di dunia usaha. Oleh karena itu, merek adalah tanda yang menjaga persaingan yang sehat di dunia usaha. Merek juga berperan penting bagi pemilik produk, karena dapat menumbuhkan loyalitas konsumen dan mengoptimalkan kepercayaan konsumen terhadap suatu produk. Adanya merek, masyarakat sebagai konsumen dapat dengan mudah mengenali produk perusahaan tertentu.⁵ “Merek adalah segalanya *brands are all and everything*”, realitanya merek tidak dapat eksis tanpa dukungan produk dan jasa. Produk merupakan penjelmaan merek yang mampu membuat merek itu nyata. Merek dengan citra positif dan dikenal luas diyakini memberikan banyak manfaat, diantaranya kesediaan konsumen untuk membayar harga yang mahal, tingginya tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen, serta kesediaan pelanggan guna merekomendasikan merek bersangkutan kepada orang lain.

Merek dalam sebuah produk usaha sangat memiliki urgensi yang tinggi, selain itu dalam penggunaan merek dan supaya merek tersebut diakui maka para pelaku usaha perlu melakukan proses pendaftaran merek. Hal tersebut berguna agar pemegang merek terdaftar tidak dirugikan dengan adanya pihak lain yang beritikad tidak baik dalam mendaftarkan mereknya.⁶ Pemilik

⁵ Mariska Y Rantung, *Akibat Hukum Merek Dagang Yang Terdaftar Pada Suatu Perusahaan*, Lex Privatum, Vol. II, Nomor 2, April, 2014, hlm. 69.

⁶ Hery Firmansyah, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek*, Yogyakarta, Medpress Digital, 2013, hlm. 31.

merek terdaftar akan mendapatkan hak atas merek. Menurut UU MIG 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.

Pendaftaran merek sangat diperlukan, ketika seseorang ingin dianggap sah sebagai pemegang hak atas merek tersebut menurut Undang-Undang. Bagi seseorang yang mendaftarkan mereknya, maka adanya kepastian hukum bahwa ia adalah pemilik merek tersebut. Tidak menutup kemungkinan ketika suatu merek sudah didaftarkan dalam praktiknya masih dapat digugat oleh pihak lain dengan berbagai alasan. Permasalahan mengenai pelanggaran merek baik berupa peniruan, penjiplakan terhadap merek terkenal milik pihak lain bukan lagi menjadi hal tabu dalam dunia perdagangan baik secara nasional maupun internasional, terutama era globalisasi saat ini teknologi yang semakin canggih.⁷

Salah satu kasus sengketa merek terjadi yakni antara PT. Pstore Glow Bersinar Indonesia selaku Penggugat melawan PT. Kosmetika Global Indonesia (Tergugat 1), PT. Kosmetika Cantik Indonesia (Tergugat 2), Gilang Widya Pramana (Tergugat 3), Shandy Purnamasari (Tergugat 4), Titis Indah Wahyu Agustin (Tergugat 5), dan Sheila Marthalia (Tergugat 6). Dimana Penggugat adalah pemegang hak atas merek dagang produk kosmetik Kelas 3 dengan merek “PS GLOW” No. Pendaftaran

⁷ Asep Suryadi, *Pembatalan Merek Terdaftar Dihubungkan Dengan Asas Kepastian Hukum Bagi Pemilik Merek*, Aktualita, Vol. 2, No. 1, Juni, 2019, hlm. 256.

IDM000639146 dan merek “PSTORE GLOW” dengan No. Pendaftaran IDM000943833 terdaftar di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (selanjutnya disebut dengan DJKI).⁸ Disisi lain para tergugat juga merupakan perusahaan yang bergerak di bidang kosmetik dengan merek dagang “MS GLOW” yang telah terdaftar pada DJKI Nomor Pendaftaran IDM000633038, Kelas 3 tanggal pendaftaran 8 Agustus 2018 dengan merek dagang yakni “MS GLOW/ *FOR CANTIK SKINCARE*”.

Dasar gugatan Penggugat yakni penggunaan merek tanpa hak yang terdapat kesamaan pada pokoknya antara merek “PS GLOW” dan merek “PSTORE GLOW” dengan merek “MS GLOW” milik para Tergugat. Berdasarkan Pasal 83 ayat 1 UU MIG dinyatakan “bahwa pemilik merek terdaftar dan atau penerima lisensi merek terdaftar dapat mengajukan gugatan terhadap pihak lain yang secara tanpa hak menggunakan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya untuk barang dan atau jasa yang sejenis berupa:

1. gugatan ganti rugi dan atau
2. penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek tersebut”.

Keberadaan merek diharapkan dapat memudahkan untuk dikenal oleh konsumen, merek dibuat sederhana dan memiliki daya pembeda. Pada Pasal 2 ayat 3 UU MIG dinyatakan bahwa merek yang dilindungi terdiri atas tanda berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk

⁸ (<https://pstoreglow.co.id/tentang> pada 27 September 2022 pukul 23.26 WIB)

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 hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan atau jasa. Dari pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa merek yang dilindungi sama dengan tanda yang terdiri dari beberapa elemen dapat berupa gambar, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, suara, hologram atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut. Ketika merek tersebut merupakan ciri khas untuk produk yang sejenis dan merek tersebut ditujukan untuk produk diperdagangkan. Persoalan muncul ketika penggunaan merek dagang dalam produk yang tidak sesuai dengan merek yang telah terdaftar. Dimana merek MS GLOW/*FOR CANTIK SKINCARE* telah terdaftar di DJKI sejak tahun 2016 tersebut berbeda ketika pencantuman merek dalam produknya yang hanya menggunakan merek MS GLOW saja. Hal ini tentunya dapat membuat merek MS GLOW tidak dilindungi karena merek terdaftar yang dilindungi adalah MS GLOW/*FOR CANTIK SKINCARE*.⁹

Mencermati permasalahan di atas, dapat dilihat pentingnya memahami penggunaan dan pencantuman merek yang tepat menurut ketentuan hukum yang berlaku guna mencegah permasalahan merek yang terjadi di Indonesia. Hal inilah yang menyebabkan untuk menganalisis dan menulis karya ilmiah dengan judul “Sengketa Merek Antara PSTORE GLOW dan PS GLOW

⁹ Sebagaimana pertimbangan Hakim dalam putusan No. 2/Pdt.Sus.HKI/Merek/2022/PN.Niaga Sby

Melawan	MS	GLOW	(Studi	Kasus	Putusan	No.
2/Pdt.Sus.HKI/Merek/2022/PN.Niaga Sby)”. 						

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

Apakah merek terdaftar yakni MS GLOW/*FOR CANTIK SKINCARE* yang tidak sesuai dalam penggunaan produk yaitu MS GLOW dapat dianggap sebagai pelanggaran Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menelaah dan menganalisis penggunaan merek yang sesuai menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis apa saja termasuk dalam pelanggaran hak atas merek sesuai dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Kegunaan Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan terutama di bidang kekayaan intelektual khususnya mengenai merek.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menyajikan pengetahuan dan atau referensi bagi semua pihak khususnya bagi pelaku usaha, mengenai kekayaan intelektual terkait merek.

2. Kegunaan Praktis

- a. Dapat memberikan pemahaman mengenai pentingnya merek dalam suatu produk, urgensi merek untuk didaftarkan serta pencantuman merek yang telah didaftarkan harus sesuai dan lengkap.
- b. Memberikan pandangan hukum bagi masyarakat mengenai sengketa merek yang memiliki persamaan pada pokoknya, dan pencantuman suatu merek pada produk tentunya harus sesuai dengan yang telah didaftarkan.
- c. Memberikan pemahaman kepada penegak hukum di Indonesia. Sangat penting terutama bagi Hakim dalam memutuskan perkara serupa.

1.5 Keaslian Penelitian

Penelitian ini dengan judul “Sengketa Merek Antara PSTORE GLOW dan PS GLOW Melawan MS GLOW (Studi Kasus Putusan No. 2/Pdt.Sus.HKI/Merek/2022/PN. Niaga Sby)” merupakan hasil karya sendiri dan belum pernah ditulis oleh orang lain. Namun terdapat beberapa penelitian

terdahulu yang mempunyai kemiripan dan perbedaan. Adapun hasil penelusuran terkait dengan penelitian terdahulu adalah sebagai berikut:

No	Nama Peneliti/ Instansi	Judul Penelitian	Fokus Pembahasan	Korelasi dengan penelitian
1.	Asgar Hasrat Sjarfi Universitas Indonesia, 2010	Analisa Kriteria Merek yang Digunakan Tidak Sesuai Dengan Yang Didaftarkan Dalam Kasus Gugatan Penghapusan Merek (Studi Kasus Perkara Nomor: 03/Merek/2002 /PN. NIAGA.JKT.P ST)	Penelitian ini membahas mengenai kriteria ketidaksesuaian penggunaan merek dengan yang terdaftar. didasarkan pada Pasal 61 ayat 2 huruf (b) UUM 2001. Dampak dari ketidaksesuaian penggunaan merek tersebut yakni terjadinya penyesatan (<i>dilution</i>) pada produk yang akan dikonsumsi oleh konsumen.	Korelasi dengan penelitian ini ialah sama-sama membahas mengenai penggunaan merek yang tidak sesuai dengan yang didaftarkan. Namun, yang menjadi berbeda ketidaksesuaian tersebut yakni mengenai komposisi warna.
2.	Gandung Dwi Permana, Universtas Brawijaya, 2016.	Tinjauan Yuridis Penghapusan Merek Terdaftar, Akibat Penggunaan Jenis Barang dan atau Jasa yang tidak sesuai dengan yang didaftarkan. (Studi Kasus Putusan Mahkamah Agung Republik	Penelitian ini membahas mengenai, penerapan penghapusan merek sebab ketidaksesuaian penggunaan jenis barang dan atau jasa, dengan yang didaftarkan. sesuai pada Pasal 61 ayat 2 huruf (b) UUM 2001. Berdasarkan kedua putusan kasasi dan mengacu pada klasifikasi barang dan jasa, sehingga	Korelasi dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai ketidaksesuaian penggunaan merek dengan merek terdaftar, namun dalam penelitian ini berpacu pada penggunaan jenis barang dan jasa yang tidak sesuai dengan yang didaftarkan. Hal tersebut dapat menjadi alasan penghapusan merek. Sedangkan,

		Indonesia Nomor 657K/Pdt.Sus-HKI/2013 dan Nomor 540K/Pdt.Sus/2010)	MA berpendapat putusan tingkat pertama telah salah menerapkan hukum sehingga, Putusan tersebut dibatalkan. Selain itu, akibat hukum ketidaksesuaian tersebut yakni, tidak ada kepastian hukum pada perlindungan merek terdaftar tersebut.	perbedaannya pada penelitian ini berfokus pada penggunaan merek yang tidak sesuai dalam penggunaan produk
3.	Dianoviana, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2019.	Penyelesaian Sengketa Merek Dagang Antara PT. Tossa Sakti Melawan PT. Astra Honda Motor. (Putusan Pengadilan Negeri Nomor: 06/Merek/2005 / PN.Niaga.JKT. PST & Putusan Mahkamah Agung Nomor: 031 K/N/HaKI/2005)	Karya tulis ilmiah ini membahas mengenai penyelesaian sengketa merek dagang antara PT. Astra Honda Motor Melawan PT. Tossa Sakti yang berakhir di Mahkamah Agung dan dikabulkannya permohonan kasasi yang diajukan oleh PT. Astra Honda Motor.	Korelasi dengan penelitian ini yakni adanya membahas mengenai merek yang digunakan tidak sesuai dalam penggunaan produk. Namun, pada akhirnya merek tersebut tidak terbukti ada penggunaan merek yang tidak sesuai dengan pendaftarannya, karena merek yang digunakan masih mencirikan daya pembeda.

1. Asgar Hasrat Sjarfi, Universitas Indonesia 2010 dengan judul “Analisa Kriteria Merek Yang Digunakan Tidak Sesuai Dengan Yang Didaftarkan Dalam Kasus Gugatan Penghapusan Merek (Studi Kasus Perkara Nomor:

03/Merek/2002/PN.Niaga. JKT.PST) membahas mengenai penggunaan merek yang tidak sesuai dengan yang didaftarkan. Namun, yang menjadi berbeda ketidaksesuaian tersebut yakni mengenai komposisi warna. Berdasarkan amar putusan Hakim pengadilan niaga dalam kasus pemegang merek “Cap Bola Dunia Dengan Lukisan Bola Dunia Peta Indonesia dan gambar 2 burung wallet” milik Tergugat tidak mempertimbangkan keberadaan komposisi warna, adanya perbedaan antara merek yang didaftarkan dengan yang beredar di pasaran. Perbedaan tersebut yakni pada gambar bola dunia dan peta Indonesia yang didaftarkan dengan warna biru namun yang diedarkan di pasaran komposisi warna yang digunakan adalah bola dunia berwarna kuning emas dan peta Indonesia berwarna putih. Perbedaan tersebut membuat merek cap bola dunia yang dipasarkan menjadi sangat mirip dengan merek Swallow Globe Brand milik Pengugat.

2. Gandung Dwi Permana, Universitas Brawijaya 2016 dengan judul “Tinjauan Yuridis Penghapusan Merek Terdaftar, Akibat Penggunaan Jenis Barang dan atau Jasa yang tidak sesuai dengan yang didaftarkan. (Studi Kasus Putusan Mahkamah Agung Republik Indonesia Nomor 657K/Pdt.Sus-HKI/2013 dan Nomor 540K/Pdt.Sus/2010) penelitian ini sama-sama membahas mengenai ketidaksesuaian penggunaan merek dengan merek terdaftar, namun dalam penelitian ini berpacu pada penggunaan jenis barang dan jasa yang tidak sesuai dengan yang didaftarkan. Hal tersebut dapat menjadi alasan penghapusan merek berdasarkan Pasal 61 ayat 2 huruf (b) Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001. Mengacu pada kedua Putusan Mahkamah Agung tersebut, Mahkamah

Agung telah mengacu pada klasifikasi barang dan jasa dan berpendapat bahwa *Judex Facti* telah salah menerapkan hukum sehingga kedua putusan tersebut dibatalkan oleh Mahkamah Agung.

3. Dianoviana, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2019 dengan judul Penyelesaian Sengketa Merek Dagang Antara PT. Tossa Sakti Melawan PT. Astra Honda Motor. (Putusan Pengadilan Negeri Nomor: 06/Merek/2005/ PN.Niaga.JKT.PST & Putusan Mahkamah Agung Nomor: 031 K/N/HaKI/2005) penelitian ini juga membahas mengenai merek yang digunakan tidak sesuai dalam penggunaan produk. Melihat pada pertimbangan Hakim pada Pengadilan Niaga atas perkara persamaan merek antara merek Krisma Tossa dengan Merek Karisma Tossa dengan berlandaskan Pasal 61 ayat 2 huruf (b) UUM 2001. Namun, pihak Tergugat mengajukan permohonan kasasi ke MA dan mengabulkan pihak pemohon yakni pemilik merek Karisma Honda yang akhirnya merek tersebut tidak terbukti ada penggunaan merek yang tidak sesuai dengan pendaftarannya, karena merek yang digunakan masih mencirikan daya pembeda mengacu pada Pasal 5 (C) ayat 2 Konvensi Paris.

1.6 Metode Penelitian

Setiap penelitian hukum penting adanya kejelasan menggunakan metode penelitian. Penelitian ini menggunakan metode penelitian yang akan diuraikan sebagai berikut:

1.6.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian hukum yang digunakan ialah penelitian hukum normatif. Objek kajian penelitian hukum normatif adalah pada hukum yang

di konsepskan sebagai norma atau kaidah. Adapun objek kajian norma meliputi Undang-Undang, Peraturan.¹⁰ Penelitian hukum normatif merupakan penelitian yang ditujukan untuk menentukan argumentasi hukum dengan cara melakukan pengkajian atau analisis terhadap suatu permasalahan.¹¹

1.6.2 Pendekatan Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan 2 (dua) pendekatan. Pertama, pendekatan Undang-Undang (*statute approach*) dengan melakukan pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan permasalahan yang terdapat dalam penelitian ini, pendekatan Undang-Undang merupakan pendekatan dengan menggunakan regulasi. Kedua, menggunakan pendekatan kasus (*case approach*) dengan perlu memahami mengenai *ratio decidendi* yakni pertimbangan sebagai dasar atau alasan-alasan hukum yang digunakan oleh Hakim untuk sampai kepada keputusannya.¹²

1.6.3 Sumber Bahan Hukum

Dalam penelitian ini bahan hukum yang digunakan adalah:

- a. Bahan hukum primer adalah bahan hukum yang bersifat mengikat karena dikeluarkan oleh Pemerintah yakni berupa peraturan perundang-undangan yang berlaku dan berkaitan dengan permasalahan ini, yaitu:

¹⁰ Ishaq, *Metode Penelitian Hukum dan Penulisan Skripsi, Tesis serta Disertasi*, Bandung, Penerbit Albareta, 2017, hlm. 27.

¹¹ Philipus M. Hadjon dan Tatiek Sri Djamiati, *Argumentasi Hukum*, Yogyakarta, Gadjah Mada University Press, 2005, hlm. 3.

¹² Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Jakarta, Prenadamedia Group, 2016, hlm. 136.

1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.
 2. *TRIP's Agreement* (1994) diratifikasi dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1994.
 3. Konvensi Paris (1967) diratifikasi dengan Keputusan Presiden Nomor 15 Tahun 1997.
 4. Putusan Pengadilan Nomor 2/Pdt.Sus.HKI/Merek/2022/PN.Niaga Sby.
 5. Putusan Pengadilan Nomor 2/Pdt.Sus.HKI/Merek/2022/ PN Niaga Mdn.
 6. Putusan Peninjauan Kembali Nomor 01 PK/N/HaKI/2004.
 7. Putusan Kasasi Nomor 780 K/Pdt.Sus/2009.
 8. Putusan Kasasi Nomor 016 K/N/HaKI/2003.
- b. Bahan hukum sekunder adalah bahan hukum yang memberikan suatu penjelasan tentang bahan hukum primer. Bahan hukum sekunder yakni seperti buku Hak Kekayaan Intelektual terutama membahas mengenai merek dan jurnal hukum, termasuk artikel hukum merek yang diperoleh dari internet yang tentunya berkaitan dengan objek penelitian ini.
- c. Bahan hukum tersier adalah metode pengumpulan bahan hukum dalam penelitian normatif untuk memberikan penjelasan ataupun petunjuk terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Bahan

hukum tersier yakni seperti kamus hukum, kamus Bahasa Indonesia dan Ensiklopedia.

1.6.4 Teknik Pengumpulan Bahan Hukum

Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan bahan hukum melalui studi kepustakaan. Teknik pengumpulan bahan hukum ini didasarkan pada identifikasi melalui norma-norma yang terdapat dalam hukum positif atau teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan dalam penelitian ini.¹³ Bahan hukum yang dijadikan studi Pustaka dalam penelitian ini dikaji dari buku, jurnal ilmiah atau dokumen pendukung lainnya yang berkaitan dengan permasalahan penelitian. Selanjutnya akan dilakukan analisa lebih lanjut guna mendapatkan jawaban dari permasalahan dalam penelitian ini.

1.6.5 Metode Analisis Bahan Hukum

Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis bahan hukum deduktif, analisa deduktif merupakan analisa yang menarik kesimpulan atau *conclusion* dari pengajuan premis mayor pernyataan yang bersifat umum kemudian diajukan premis minor bersifat khusus berdasarkan pendekatan penelitian.¹⁴

¹³ Bachtiar, *Metode Penelitian Hukum*, Tangerang, UNPAM Press, 2018, hlm 139.

¹⁴ Peter Mahmud Marzuki, *Op.Cit.*, hlm 112.