

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada situasi ekonomi global dan menuju era perdagangan bebas, upaya mempertahankan pelanggan/konsumen atau mempertahankan pasar atau memperoleh Kawasan pasar baru yang lebih luas, merupakan dambaan bagi setiap produsen, mengingat semakin ketatnya persaingan untuk berusaha. Persaingan yang semakin dekat ini juga memberikan dampak negatif terhadap konsumen pada umumnya. Saat ini, sasaran setiap negara, setiap perusahaan (setiap produsen) adalah menuju pada pemasaran global. Orientasi global pada dasarnya dapat mengubah berbagai konsep, cara pandang dan cara pendekatan mengenai banyak hal termasuk strategi pemasaran. Perubahan pemasaran tersebut membawa pengaruh pula pada konsep perlindungan konsumen secara global. Perlindungan konsumen dalam era pasar global menjadi sangat penting karena pertama konsumen mempunyai hak-hak yang bersifat universal juga mempunyai hak-hak yang bersifat sangat spesifik (baik situasi maupun kondisi).¹

Di era globalisasi ini, semua negara didunia dapat melakukan hubungan atau interaksi untuk mencapai tujuan tertentu salah satunya negara indonesia yang turut mengambil peran di dalam era globalisasi ini. Terutama dalam bidang dan pemasaran yang mempengaruhi perdagangan dalam negeri maupun internasional. Negara Indonesia ini juga merupakan negara Kawasan perdagangan bebas dimana

¹ Celina tri siwi kristiyanti. Hukum Perlindungan Konsumen, (Jakarta: Sinar Grafika, 2018), hlm. 6.

Kawasan perdagangan dan Pelabuhan yang berada dalam Indonesia melakukan kebijakan melalui penghapusan rezim bea dan cukai.²

Istilah perdagangan bebas menjadi istilah yang sering digunakan untuk menggambarkan suatu keadaan yang merupakan bagian dari kecenderungan globalisasi di segala bidang kehidupan, terutama penerapan globalisasi ekonomi yang tidak dapat di hindarkan oleh setiap negara. Perdagangan adalah sektor jasa yang menunjang kegiatan ekonomi antara anggota masyarakat dan antar bangsa. Perdagangan internasional yang didasari oleh perjanjian bilateral, multilateral dan konvensi-konvensi internasional mengharuskan Indonesia mempersiapkan diri dalam menghadapi persaingan di era globalisasi terutama untuk melindungi kepentingan industri dalam negeri.³

Salah satu implementasi di era pasar bebas ialah negara dan masyarakat Indonesia akan menjadi pasar yang terbuka bagi produk ataupun karya orang/perusahaan. Seiring dengan perkembangan globalisasi, Indonesia sebagai negara berkembang harus mampu mengambil langkah-langkah yang tepat untuk dapat mengantisipasi segala perubahan dan perkembangan global tersebut, sehingga tujuan nasional dapat tercapai. Salah satu bagian yang terpenting atas perkembangan globalisasi tersebut adalah masalah perlindungan hukum terhadap Hak atas kekayaan intelektual di Indonesia. Pentingnya perlindungan hukum atas

² Syawitri Pertiwi Bawon, *Dampak Perdagangan Bebas Pada era Globalisasi di Indonesia Dalam UU No.44 Tahun 2007 Tentang Kawasan Perdagangan bebas. Jurnal Lex Privatum. Vol. VIII.2020.* hlm 155.

³ M. Rasyid, dkk. ‘*Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Merek Dagang Asing Dalam Era Perdagangan Bebas di Indonesia*’, JURNAL SIMBUR CAHAYA. Vol 24. No.2.2017. Hlm 4857-4858

sebuah merek dagang juga didasarkan pada tergabungnya Indonesia ke dalam organisasi perdagangan dunia yakni *World Trade Organization* (WTO)⁴

Hak Kekayaan Intelektual merupakan hasil kreasi inovatif dari ide /gagasan, yang kemudian melahirkan hak, dan Hak itu perlu di beri perlindungan. Menurut Sudaryat, Sudjana, dan permata, Hak kekayaan Intelektual merupakan hak untuk menikmati hasil kreativitas intelektual secara ekonomis.⁵ Merek merupakan hal yang penting di dalam dunia industri dan perdagangan. Penggunaan merek dagang dalam pengertian seperti kita kenal dewasa ini mulai berkembang tidak lama setelah dimulainya revolusi industri pada pertengahan abad XVIII, yang di gunakan untuk memberi tanda produk yang di hasilkan dengan maksud menunjukkan asal usul barang (*indication of origin.*)⁶ Merek merupakan salah satu bagian dari kekayaan intelektual yang di lindungi hukum. Dalam praktik perdagangan, merek digunakan sebagai media untuk memperkenalkan produknya kepada calon pembeli sehingga merek bernilai ekonomis. Selain itu, merek juga berfungsi sebagai daya pembeda terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan lain. Pentingnya fungsi merek sehingga ada anggapan jaminan kualitas barang identik dengan merek. Dari sudut pandang produsen, merek digunakan untuk

⁴Ahmad Yakub Sukro. Perlindungan Hukum Terhadap Merek Dagang Terkenal atas Tindakan *passing off* pada Praktek Persaingan Usaha.Siyar Hukum Jurnal Ilmu Hukum. Vol 16. No.1.hlm 100

⁵ Endang purwaningsih. PATEN DAN MEREK. (Malang: Setara press,2020) hlm 1

⁶ Kusmawati, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal Menurut Undang-undang No.20 Tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis*, Jurnal Legalita, Vol XV, No.2. 2017. Hlm 51

promosi barang-barang dagangannya guna mencari dan meluaskan pasaran serta asset perusahaan yang tak ternilai harganya.⁷

Reputasi merek mempengaruhi penjualan terhadap suatu barang dan/atau jasa. Atas dasar reputasi merek, banyak konsumen yang semakin mengenal merek tersebut, lalu munculah istilah merek terkenal. Menurut Riswandi dan Syamsudin, istilah merek terkenal berawal dari tinjauan terhadap merek yang didasarkan pada reputasi (*reputation*) dan kemashyuran *renown* suatu merek. Merek terkenal didefinisikan sebagai merek yang memiliki reputasi tinggi. Merek yang bereputasi tinggi memiliki kekuatan pancaran yang memukau dan menarik, sehingga jenis barang apa saja yang berada di bawah merek itu langsung menimbulkan sentuhan keakraban.⁸

Memakai barang-barang yang mereknya terkenal merupakan kebanggaan tersendiri bagi konsumen, apalagi bila barang-barang tersebut merupakan produk asli yang sulit didapat dan dijangkau oleh kebanyakan konsumen. Beragamnya merek produk yang di tawarkan oleh produsen kepada konsumen menjadikan konsumen dihadapkan oleh berbagai macam pilihan, bergantung kepada daya beli ataupun kemampuan konsumen.⁹

Terkenalnya suatu merek menjadi merek terkenal (*well-know/famous mark*) dapat lebih memicu Tindakan-tindakan pelanggaran merek baik yang bersekala nasional maupun internasional. Gatot Supromo menyatakan bahwa pelanggaran

⁷ Mieke Yustia Ayu Ratna Sari, *Passing Off Dalam Pendaftaran Merek, Jurnal Judisial*. Vol 7, No.3.2014, Hlm 256

⁸ Endang Purwaningsih. *PATEN DAN MEREK*. (Malang: Setara Press, 2020) hlm 113

⁹ Jisia Mamahit, *Perlindungan Hukum atas Merek Dalam Perdagangan Barang dan Jasa*, *Jurnal Lex Privatum*, Vol.1. No.3, 2013. Hlm.91.

merek yang terjadi di Indonesia masi tergolong cukup tinggi, penggunaan atau peniruan merek secara tidak sah bukan hanya terhadap merek dalam negeri melainkan merek asing pun juga menjadi sasaran. Persoalan mengenai merek terkenal terkadang tidak mudah untuk di putuskan, karena adjektif terkenal yang menjadikan merek tersebut berbeda dengan merek pada umumnya.¹⁰ Semakin berkembangnya globalisasi pelanggaran terhadap merek dagang khusus nya merek terkenal sangat marak terjadi di Indonesia. Bisa sangat mudah kita temukan berbagai macam produk Merek terkenal yang di jual bebas di pasaran, baik di toko, pasar tradisional maupun di jual di samping jalan raya (di trotoar jalan). Salah satu praktek yang ditemukan yaitu banyak dijualnya produk berupa sepatu, jaket, baju dan lain sebagiannya di pasaran. Barang yang di perjual belikan tersebut mempunyai mutu yang kurang baik dari segi bahan nya sendiri. Produk tersebut mencantumkan merek terkenal yang juga sudah dikenal luas oleh masyarakat.

Produk-produk tersebut biasanya dijual dengan harga yang lebih murah atau yang lebih terjangkau, bahkan beberapa produk dijual dengan harga yang sangat murah jika di dibandingkan dengan harga produk aslinya. Hal tersebut sudah sangat jelas mengindikasikan bahwa terjadi pelanggaran terhadap hak merek terkenal yang dimana dengan mempromosikan/menjual produk/barang dari hak merek terkenal dan dijual dengan harga yang relatif miring. Tentunya dapat berakibat pada kurangnya minat konsumen/pembeli untuk membeli produk dengan hak

¹⁰ Intan purnamasari. *'Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal di Indonesia'*, *Jurnal Ilmu Hukum ALETHEA*. Vol.2 No.1, 2018. Hlm 2

merek yang asli. Indonesia di kaca mata internasional merupakan lahan yang subur bagi pelaku bisnis curang dengan melakukan pembajakan, meniru ataupun memakai nama merek yang sudah cukup terkenal karena masih lemahnya sistem penegakan hukum atas Hak kekayaan intelektual terutama pada merek¹¹.

Perdagangan internasional berkembang dengan terwujudnya persetujuan TRIP's yang memuat norma standar perlindungan hak atas kekayaan intelektual termasuk didalamnya tentang Hak Merek. Indonesia pun sudah meratifikasinya pada tahun 1997. Setiap revisi UU merek di Indonesia dimaksudkan untuk selalu mengikuti perkembangan global khususnya dalam perdagangan internasional. Konvensi Internasional tentang merek sebenarnya sudah ada sejak lama yakni sejak *The Paris convention for the protection of industrial property*, yang kemudian terkenal dengan Konvensi Paris. Konvensi ini disusul dengan perjanjian Madrid dan konvensi Hague serta perjanjian Lisbon. Dari seluruh konvensi tersebut, yang menjadi dasar perlindungan merek adalah konvensi Paris. Pada tahun 1934 ketika Indonesia masih dijajah kolonial Belanda sebenarnya Hindia Belanda telah menjadi anggota Uni Paris. Dengan merdekanya Indonesia pada tahun 1945, maka negara Indonesia tidak langsung otomatis menjadi anggota Konvensi Paris. Indonesia baru menjadi anggota Konvensi Paris pada tahun 1953 setelah mengadakan permohonan atau pernyataan tertulis untuk serta dalam Konvensi Paris. Namun setelah itu, pada saat Indonesia mengadakan reservasi

¹¹ Achmad Peter Viney, *Perlindungan hukum terhadap merek asing di Indonesia*, Jurnal Nestor Magister Hukum, Vol.3, No.5, hlm 5

terhadap pasal-pasal penting sehingga kemudian reservasi tersebut dicabut pada tahun 1997.¹²

Sistem konstitutif menjelaskan bahwa pihak yang berhak atas suatu merek adalah pihak yang telah mendaftarkan mereknya. Pihak pendaftar adalah pihak satu-satunya yang berhak atas suatu merek dan pihak lain harus menghormati haknya. Terhadap merek yang telah dikenal luas dalam perdagangan dan di masyarakat (*wellknown trademark*) tetapi tidak didaftarkan akan tetap diberikan perlindungan hukum.¹³ Adanya perlindungan hukum terhadap pemegang merek terkenal tidak memberikan jaminan yang pasti dalam kenyataannya karena masih banyak pihak-pihak yang melakukan pemalsuan, peniruan dan pemboncengan terhadap merek dagang yang ada di Indonesia. Hal ini mengakibatkan para pemilik hak merek tersebut mengalami kerugian dalam kegiatan bisnisnya.

Pendaftaran merek ini tidak luput dari kemungkinan adanya pendaftaran tanpa hak yang dilakukan oleh pihak tertentu yang beritikad buruk. Pendaftaran tanpa hak sering kali terjadi pada merek terkenal karena pada merek terkenal biasanya melekat suatu reputasi yang membuat pihak tertentu berusaha meraih keuntungan dengan cara mendompleng atau membonceng reputasi merek terkenal. Reputasi ini meskipun tidak berwujud, merupakan aset berharga bagi pemilik merek dan juga bagi hukum sehingga perlu mendapat perlindungan. Kesuksesan dan tingginya reputasi suatu perusahaan dengan produk dan mereknya, seringkali menggoda pihak-pihak lain yang beritikad buruk untuk membonceng dengan cara-

¹² Endang purwaningsih. *PATEN DAN MEREK*. (Malang: Setara press,2020) hlm 114

¹³ Ibid. hlm 114

cara yang melanggar etika bisnis, norma kesusilaan maupun hukum. Perbuatan yang mencoba meraih keuntungan dengan cara membonceng reputasi sehingga dapat menyebabkan tipu muslihat atau penyesatan dikenal dengan *passing off*.¹⁴

Tindakan pelanggaran atas merek dagang tersebut dalam kaitannya dengan pemboncengan terhadap merek dagang terkenal (*well-known or famous mark*) secara umum dikenal dengan Tindakan *passing off*. Tindakan *passing off* terkait erat dengan apa yang disebut dengan *goodwill*, *goodwill* sering digunakan dalam arti yang bersamaan dengan kata reputasi yaitu sebagai sesuatu yang melekat dalam merek dan selain itu kata *goodwill* sering juga di artikan sebagai ‘itikad baik’¹⁵

Asal usul digunakannya istilah *passing off* ini menurut *wadlow* adalah dalam proses litigasi pada pertengahan abad ke-19 untuk menghentikan penjualan barang oleh tergugat yang di buat sedemikian rupa sehingga tampilan visualnya seolah-olah adalah barang dari penggugat. Penggunaan istilah tersebut muncul pertama kali dalam putusan perkara *Perry, V. Truefitt (1982)*¹⁶. Istilah *passing off* secara kepastakaan hukum Indonesia belum begitu dikenal. Namun, suatu perbuatan pemboncengan reputasi dikatakan sebagai perbuatan melawan hukum (*action for tort of passing off*) dikenal di negara-negara *anglo American law (common law system)* seperti Australia, Inggris, Malaysia, Amerika Serikat dan lain-lain. Di

¹⁴ Aurora Quintina, dkk, *Pemboncengan reputasi (passing off) terhadap pemilik merek terdaftar di indonesia ditinjau dari segi perlindungan hukum*, Mercatoria, Vol.2, No.1, 2009, hlm 10-11

¹⁵ Rifky Ardian, Dkk. *Perlindungan Hukum bagi Pemegang Hak Merek Dagang Terkenal Asing (wellknown mark) dari tindakan passing off (studi sengketa kasus GS atas nama GS yuasa corporation*. Diponegoro Law Jurnal. Vol 5.No.3.2016. hlm.3

¹⁶ Endang purwaningsih. *PATEN DAN MEREK*. (Malang: Setara press,2020) hlm 123.

negara-negara ini, *passing off* berkembang sebagai bentuk praktek persaingan curang dalam usaha perdagangan atau perniagaan.¹⁷

Di Indonesia, belum ada peraturan Undang-Undang yang mengatur khusus mengenai praktek persaingan curang (*unfair competition*). Dalam kaitannya dengan pemakaian merek. Namun, dalam menangani kasus merek yang berkaitan dengan praktek persaingan curang saat ini dapat mendasarkan pada ketentuan yang termuat dalam aturan hukum pidana dan perdata. Dalam aturan hukum perdata, dipakai pasal 1365 KUHPerdata.¹⁸

Secara prinsip merek terkenal memiliki perlindungan yang berbeda dengan merek pada umumnya, hal ini bisa dilihat pada pernyataan Julius Rizaldi yang menyatakan bahwa bentuk perlindungan terhadap merek terkenal di atur dalam ketentuan Pasal 6 *bis* konvensi paris yaitu:

1. Negara-negara perhimpunan menjalankan karena jabatan jika PerUndang-Undang mereka mengizinkan atau atas permintaan pihak yang berkepentingan untuk menolak atau membatalkan pendaftaran dan melarang penggunaan merek dagang yang memproduksi barang tiruan, imitasi, atau terjemahan yang dapat membuat kebingungan dari merek yang dipertimbangkan oleh otoritas yang berwenang dari negara pendaftaran atau penggunaan untuk menjadi terkenal di negara sebagai tanda orang yang berhak atas manfaat konveksi dan digunakan untuk barang yang identik atau serupa.

¹⁷ Aurora Quintina, dkk, Pemboncengan reputasi (*passing off*) terhadap pemilik merek terdaftar di indonesia ditinjau dari segi perlindungan hukum, Mercatoria, Vol.2, No.1, 2009, hlm 11

¹⁸ *Ibid*, hlm 11-12

Ketentuan ini juga berlaku bila bagian penting dari merek merupakan barang tiruan dari merek atau merek terkenal tersebut imitasi bertanggung jawab untuk membuat kebingungan dengannya.

2. Jangka waktu paling sedikit 5 tahun sejak tanggal pendaftaran diperbolehkan untuk meminta pembatalan merek tersebut. Negara-negara perhimpunan dapat memberikan jangka waktu dimana larangan penggunaan harus diminta;
3. Tidak ada batas waktu yang ditetapkan untuk meminta pembatalan atau larangan penggunaan merek terdaftar atau digunakan dengan itikad buruk.

Perlindungan juga diberikan terhadap suatu nama dagang tanpa ada kewajiban untuk mengajukan atau mendaftarkannya sebagaimana diatur dalam Pasal 8 Konvensi Paris¹⁹ yaitu; “Nama dagang harus dilindungi pada semua negara perhimpunan tanpa kewajiban pengajuan atau pendaftaran, baik bagian ataupun tidak bagian merek dagang”

Persaingan curang yang berkaitan dengan Hak Merek, berhubungan erat dengan produsen yang beritikad tidak baik. Salah satu persaingan curang yang dilakukan oleh produsen yang beritikad tidak baik adalah pendomplengan reputasi atas merek milik orang lain yang sudah terlebih dahulu terdaftar dan sudah dikenal oleh masyarakat luas. Pendomplengan reputasi atas merek milik orang lain oleh produsen yang beritikad tidak baik, menjadi sebab munculnya beberapa kasus merek di Indonesia.²⁰

¹⁹ Intan purnamasari, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal di Indonesia*, Jurnal Ilmu hukum Alethea, Vol 2 nomor 1, 2018. Hlm 2

²⁰ Aurora quintina, Op.cit. hlm 12

Dewasa ini, di Indonesia cukup banyak terjadi pelanggaran Hak merek baik yang sudah di persengketaan maupun yang belum. Kasus yang terjadi saat ini di Indonesia di dominasi oleh gugatan pembatalan meek dan gugatan ganti rugi atas pelanggaran merek. Berikut beberapa contoh kasus sengketa merek yang pernah terjadi di Indonesia.

- a. Kasus yang terjadi antara IKEA swedia dengan IKEA (intan khatulistiwa esa abadi);
- b. Kasus yang terjadi antara AQUA dengan AQUALIVA;
- c. Kasus yang terjadi antara Geprek bensu (Benny sudjono) dengan Geprek bensu (Ruben onus);
- d. Kasus yang terjadi antara merek Monster Energy company dengan merek Monster milik Andria Thamrun.

Kasus yang sudah di sebutkan di atas, ada satu kasus yang baru ini terjadi dan penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan mengkaji mengenai kasus yang terjadi antara Merek dagang EIGER (PT.Eigerindo multi produk industri) dengan Merek dagang EIGER (PT.Renteus Cipta Pesona).

Kasus Nomor 41/Pdt.sus-Merek/2019/PN.Niaga.JKt.Pst ditemukan adanya kasus pelanggaran merek terhadap perusahaan PT.Eigerindo multi produk industri (MPI) yang memproduksi merek terkenal “eiger”. Hal ini terjadi pada awalnya merek “eiger” merupakan merek terkenal yang telah di daftarkan pada tanggal 28 april 2014 di kelas 25 dengan nomor agenda permohonan D00.2014.01911 untuk melindungi jenis-jenis barang yang di produksi nya berupa: “Pakaian; Kutang wanita; Jas; Jaket; T-shirt; Kaos singlet; Kaos kaki; Sarung tangan; Dasi; Ikat

pinggang; Topi; Ikat kepala; Sepatu; Sandal; Scraf; Korset; Rompi; Kerudung kepala; Manset; Songkok; Sol sepatu; Sol sendal; Jas Hujan; Penutup Kepala.

Pada kasus ini tergugat atau Budiman Tjoh yang bernaung di bawah badan usaha yang bernama PT. Ranteus Cipta Pesona dengan itikad tidak baik/buruk mengajukan permohonan pendaftaran merek “eiger” di kelas 25 dengan jenis barang kaos kaki dan ikat pinggang. Pendaftaran yang dilakukan tergugat tersebut untuk mondompleng produk-produk yang di hasilkan oleh PT.Eigerindo Multi produk Industri (MPI). Dalam hal ini, pemohon yang patut diduga dalam mendaftarkan mereknya memiliki niat untuk meniru, menjiplak atau mengikuti merek pihak lain demi kepentingan usahanya dan menimbulkan kondisi persaingan usaha tidak sehat, mengecoh dan menyesatkan konsumen.

Terciptanya persaingan curang yang menjadi dasar dari itikad buruk ini juga diatur sebagaimana pasal 10 dalam konvensi paris yang telah diratifikasi oleh pemerintah republik Indonesia melalui keputusan presiden Nomor 24 tahun 1979 yang telah diubah dengan keputusan presiden nomor 15 tahun 1997 tentang pengesahan konvensi paris tahun 1883

Asas yang umum dan mendasar bahwa suatu perlindungan hukum hanya diberikan kepada orang/pihak beritikad baik dan tidak diberikan kepada orang/pihak yang beritikad buruk/tidak baik. Asas hukum inilah yang menjadi semangat dasar pembentuk Undang-Undang dari ketentuan sebagaimana yang dimaksud dalam pasal 21 ayat (3) UU Nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis yaitu: “permohonan ditolak jika diajukan oleh pemohon yang beritikad tidak baik”, apa yang dilakukan tergugat sudah sangat jelas-jelas

bertentangan dengan ketentuan pasal 21 ayat (3) Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis.

Berdasarkan hal-hal yang telah di paparkan tersebut, dapat bahwa masih banyaknya celah untuk melakukan pelanggaran merek dan masi banyaknya orang atau pihak yang tidak beritikad tidak baik karena melakukan persaingan usaha tidak sehat di Indonesia dengan cara melakukan pelanggaran merek. Dan berdasarkan fakta-fakta di atas, dapat kita lihat masi kurangnya penegakkan hukum atas pelanggaran merek di Indonesia. Maka dari itu, perlu diadakannya penelitian yang berhubungan dengan masalah perlindungan hukum terutama mengenai merek terkenal di Indonesia.

Untuk itu penulis berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dan mengkaji mengenai perlindungan hukum terhadap merek dagang dalam suatu tulisan yang berjudul “ANALISIS YURIDIS SENGKETA PERBUATAN PIHAK LAIN YANG BERITIKAD TIDAK BAIK DENGAN MELAKUKAN PEMBONCENGAN REPUTASI MEREK (*PASSING OFF*) PADA PUTUSAN PENGADILAN NIAGA JAKARTA PUSAT NOMOR 41/Pdt.Sus-Merek/2019/PN.Niaga.Jkt.Pst)”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah ditulis, maka penulis menentukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pokok perkara dalam sengketa merek terkait dalam Putusan Pengadilan Niaga Jakarta Pusat Nomor 41/Pdt-Merek/2019/PN.Niaga.Jkt.Pst ?
2. Bagaimana pertimbangan hukum majelis hakim dalam memutus perkara merek dalam Putusan Pengadilan Niaga Jakarta Pusat Nomor 41/Pdt.Sus-Merek/2019/PN.Niaga.Jkt.Pst ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah sebagaimana yang telah di uraikan diatas, maka tujuan penelitian ini:

1. Untuk mengkaji dan menganalisis pokok perkara dalam sengketa merek dalam putusan Pengadilan Niaga Jakarta Pusat Nomor 41/Pdt.Sus-Merek/2019/PN.Niaga.Jkt.Pst.
2. Untuk mengkaji dan menganalisis pertimbangan hukum majelis hakim dalam memutus perkara merek dalam putusan Pengadilan Niaga Jakarta Pusat Nomor 41/Pdt.sus-merek/2019/PN.niaga.Jkt.Pst.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian dibagi kedalam dua kategori; teoritis atau akademik dan praktis atau fragmatis.

1. Manfaat teoritis
 - a. Untuk menambah ilmu pengetahuan dan keilmuan serta melatih kemampuan penulis dalam melakukan penelitian secara ilmiah yang dituangkan dalam bentuk karya tulis ilmiah skripsi

- b. Untuk dapat mengembangkan ilmu pengetahuan terutama berkenaan dengan hukum perdata bisnis yang berkaitan dengan sengketa perbuatan pihak lain yang beritikad tidak baik dengan melakukan pemboncengan reputasi merek (*passing off*)

2. Manfaat praktis

Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut:

- a. Penelitian ini diharapkan memberikan pedoman bagi instansi pemerintahan khususnya yang membidangi Hak atas kekayaan intelektual yaitu Dirjen Hak kekayaan intelektual atau lebih khusus Direktorat Merek sebagai evaluasi untuk memberikan perlindungan kepada masyarakat dan pelaku usaha.
- b. Penelitian ini diharapkan memberikan pedoman bagi masyarakat dan kalangan pelaku usaha untuk waspada terhadap perbuatan curang dan melanggar hukum terhadap hak-hak eksklusif di bidang Hak atas kekayaan intelektual khususnya Hak merek.
- c. Penelitian ini bermanfaat bagi pelaksana penegak hukum sebagai kerangka acuan dalam penyelesaian penanganan perkara merek yang berkaitan dengan perlindungan hukum terhadap merek terkenal dari perbuatan pihak lain yang beritikad tidak baik dengan melakukan pemboncengan reputasi merek (*passing off*).

E. Metode Penelitian

Metode penelitian yang diterapkan dalam setiap ilmu harus di sesuaikan dengan pengetahuan yang menjadi induknya. Metode penelitian ilmu hukum

berbeda dengan metode penelitian ilmu lain. Metode penelitian ilmu hukum memiliki ciri khas tertentu yang merupakan identitasnya.²¹ Metode adalah cara atau pedoman seorang ilmuwan mempelajari dan memahami lingkungan-lingkungan yang di hadapi.²² Maka dalam penulisan skripsi ini dapat di sebut sebagai suatu penelitian ilmiah dan dapat dipercaya kebenarannya dengan menggunakan metode yang tepat. Metode yang digunakan dalam penulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Jenis penelitian

Berdasarkan judul dan rumusan masalah dalam penulisan ini, sudah jelas bahwa jenis penelitian ini adalah bertumpu pada penelitian normatif atau penelitian kepustakaan. Penelitian normatif adalah penelitian yang bertumpu pada sumber data sekunder sebagai data rujukan utama yang terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier.²³ Pada penelitian hukum jenis ini, seringkali hukum di konsepskan sebagai apa yang tertulis dalam peraturan perUndang-Undangan atau hukum dikonsepskan sebagai kaidah atau norma yang merupakan patokan berperilaku manusia yang dianggap pantas.²⁴ Dalam penelitian normatif ini penulis akan mengacu pada Undang-Undang, buku-buku dan putusan pengadilan untuk memecahkan masalah yang penulis angkat.

²¹ Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, (Bandung: Mandar Maju, 1986), hlm.26.

²² Soerjono Soekanto. *Pengantar Penelitian Kualitatif* (Jakarta: UIPress, 1986), hlm.56.

²³ Soerjono Soekanto, *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*, (Jakarta: Raja Grasindo Persada, 2019), hlm.14.

²⁴ Amiruddin dan H. Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada,2006), hlm. 118.

2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian yang bersifat deskriptif analisis, yaitu deskriptif maksudnya penelitian ini diharapkan untuk memperoleh gambaran secara rinci dan sistematis tentang permasalahan yang sedang penulis teliti sedangkan bersifat analisis dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran fakta yang diperoleh secara cermat untuk menjawab permasalahan.²⁵

3. Jenis Data

Jenis data yang diperlukan dalam penelitian adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumen-dokumen resmi, buku-buku yang berhubungan dengan objek kajian, hasil penelitian dalam bentuk laporan dan peraturan perUndang-Undangan²⁶. Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah meliputi:

a) Bahan hukum primer

Bahan hukum yang terdiri dari peraturan perUndang-Undangan yang terkait dengan objek penelitian. Bahan hukum primer dari penelitian ini terdiri dari:

- 1) Undang-Undang Dasar Negara Kesatuan Republik Indonesia Tahun 1945

²⁵ Sri Rumada Sihite, 2019, "Analisis Yuridis Atas Implementasi Pendaftaran Persekutuan Komanditer (Commanditaire Vennotschap) Secara Online Menurut Peraturan Menteri Hukum Dan Hak Asasi Manusia Nomor 17 Tahun 2018 Tentang Pendaftaran Persekutuan Komanditer, Persekutuan Firma, Dan Persekutuan Perdata(Studi Di Kota Medan)", Jurnal Magister Kenotariatan Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara, 2019, Hlm. 8.

²⁶ Ibid, hlm. 106,

- 2) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Indonesia
- 3) Kitab Undang-Undang Hukum Acara Perdata
- 4) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis
- 5) Permenkumham Nomor 67 tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek

b) Bahan hukum sekunder

Bahan hukum yang menjelaskan mengenai bahan hukum primer sebagaimana yang terdapat dalam kumpulan pustaka yang bersifat sebagai penunjang dari bahan hukum primer, yang terdiri dari literatur yang sesuai dengan masalah penelitian, hasil penelitian yang berupa laporan tertulis, jurnal dan makalah-makalah serta jenis tulisan lain yang relevan dengan penelitian ini.

c) Bahan hukum tersier

Bahan hukum yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder yang terdiri dari:

- 1) Bahan dari media internet yang relevan dengan penelitian ini;
- 2) Kamus hukum.

4. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah penelitian kepustakaan. Penelitian kepustakaan ini adalah dengan cara menelaah buku-buku, peraturan perUndang-Undangan, jurnal, ensiklopedia

hukum, kamus hukum dan karya ilmiah.²⁷ Dalam penelitian ini ditelaah bahan-bahan tersebut yang berkaitan dengan analisis yuridis terhadap putusan hakim dalam sengketa perbuatan pihak lain yang bertikad tidak baik dengan melakukan pemboncengan merek (*passing off*)

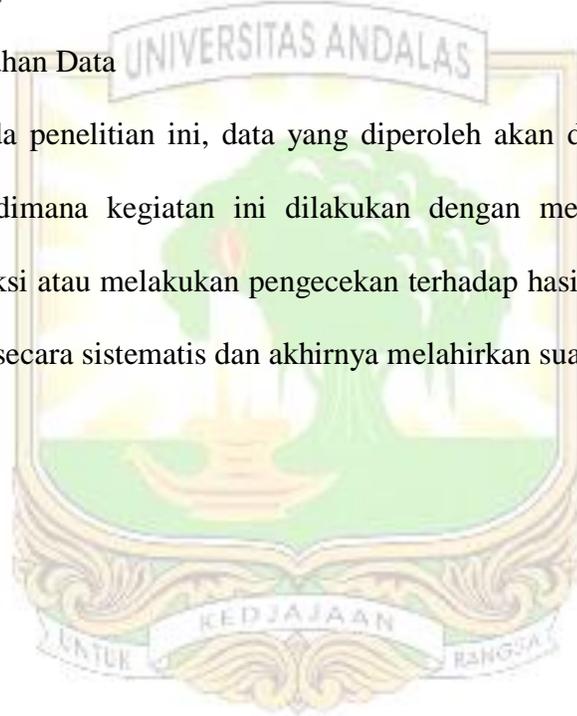
a) Perpustakaan Fakultas Hukum Universitas Andalas

b) Buku-buku serta bahan bacaan yang penulis miliki

5. Teknik pengolahan Data dan Analisis data

a) Pengolahan Data

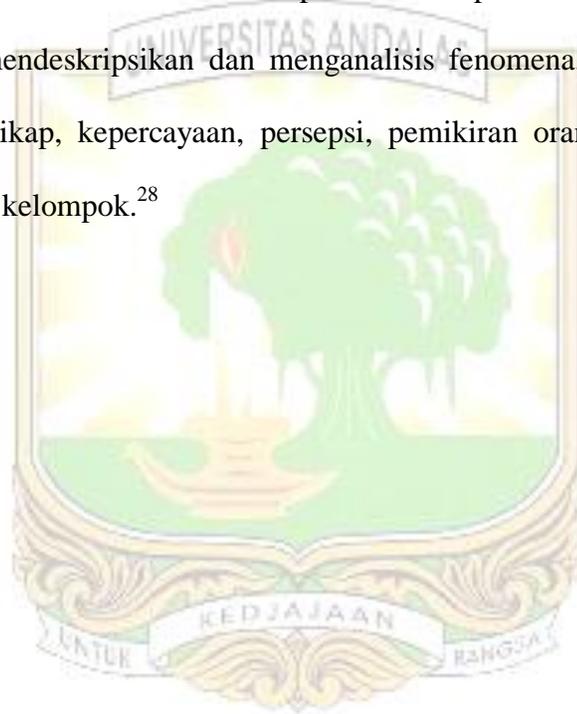
Pada penelitian ini, data yang diperoleh akan diolah dengan proses editing, dimana kegiatan ini dilakukan dengan meneliti kembali serta mengoreksi atau melakukan pengecekan terhadap hasil penelitian sehingga tersusun secara sistematis dan akhirnya melahirkan suatu kesimpulan.



²⁷ Soerjono Soekanto, *op cit.* hlm.33.

b) Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan cara menggunakan Teknik analisis kualitatif. Dalam kualitatif, data dalam penelitian tersebut tidak berupa angka-angka tetapi di uraikan dengan kalimat-kalimat. Penggunaan kalimat-kalimat yang merupakan analisis berdasarkan peraturan Undang-Undang dan pendapat para ahli dan para pakar. Syaodih sukmadinata mendefinisikan kualitatif merupakan suatu penelitian yang di tunjukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, pemikiran orang secara individual maupun kelompok.²⁸



²⁸ Suteki, Galang Taufani, *metodologi penelitian hokum (filsafat, teori dan praktik)*, (Depok, PT.Rajagrafindopersada, 2018) hlm 139.