

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemunculan Hak Kekayaan Intelektual pertama kali lahir di Italia tepatnya di Venesia pada tahun 1470. Kemudian di adopsi oleh Kerajaan Inggris pada tahun 1500-an dan mulai diadopsi mayoritas negara-negara di dunia. Kemudian dilakukan harmonisasi yang pertama kali terjadi pada tahun 1883 dengan lahirnya Paris Convention untuk masalah paten, merek dagang dan desain.¹ Secara mendasar, pengertian Hak Kekayaan Intelektual selanjutnya disingkat dengan HKI dapat dideskripsikan sebagai hak atas kekayaan yang timbul atau lahir karena kemampuan intelektual manusia. Untuk mewujudkannya banyak membutuhkan pengorbanan baik tenaga, waktu, biaya serta pikiran. Adanya pengorbanan tersebut menjadikan karya intelektual tersebut menjadi memiliki nilai. Apabila ditambah dengan manfaat ekonomi yang dapat dinikmati, maka nilai ekonomi yang melekat menumbuhkan konsepsi kekayaan (property) terhadap karya-karya intelektual tadi.²

HKI merupakan hasil kerja otak dan hasil kerja emosional manusia. Hasil kerja hati dalam bentuk abstrak yang dikenal dengan rasa perpaduan dari hasil kerja rasional dan emosional itu melahirkan sebuah karya yang disebut karya intelektual berupa ciptaan yang berbentuk karya, seni, desain, maupun penemuan

¹ Much. Nurrachmad, 2012, *Segala Tentang HAKI Indonesia*, Buku Biru, Yogyakarta, hlm. 18.

² Budi Agus Riswandi dan M. Syamsudin, 2004, *Hak Kekayaan Intelektual dan Budaya Hukum*, PT RajaGrafindo, Jakarta, hlm. 31.

yang dapat dimanfaatkan dalam kehidupan manusia. Konsepsi mengenai HKI didasarkan pada pemikiran bahwa karya intelektual yang telah dihasilkan manusia memerlukan pengorbanan tenaga, waktu, dan biaya. Dengan adanya pengorbanan tersebut menjadikan karya yang telah dihasilkan memiliki nilai ekonomi karena manfaat yang dapat dinikmati.³ Secara garis besar ruang lingkup HKI dibagi menjadi dua, yaitu hak cipta dan hak kekayaan industri. Hak cipta terdiri dari ilmu pengetahuan, seni, dan sastra. Hak kekayaan industri terdiri dari paten, merek, desain industri, desain tata letak sirkuit terpadu, rahasia dagang, dan perlindungan varietas tanaman.⁴

Salah satu bentuk HKI yang berkaitan dan identik dengan aktivitas perdagangan saat ini adalah Merek. Pada Pasal 1 Undang-Undang 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis disebutkan bahwa :

“Merek adalah tanda berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, dan susunan warna untuk membedakan barang atau jasa yang telah diproduksi dalam kegiatan perdagangan”.

Merek sebagai HKI pada dasarnya sebagai tanda untuk mengidentifikasi asal barang dan jasa dari suatu perusahaan dengan barang atau jasa perusahaan lain. Merek merupakan kepercayaan perdagangan barang dan jasa. Melalui merek, pengusaha dapat menjaga dan memberikan jaminan akan kualitas barang atau jasa yang dihasilkan dan mencegah tindakan persaingan yang tidak jujur dari pengusaha lain yang bermaksud membongkang reputasinya. Merek sebagai sarana pemasaran dan periklanan memberikan suatu

³ Afrillyanna Purba & Gazalba Saleh & Andriana Krisnawati, 2005, *TRIPs -WTO&Hukum HKI Indonesia Kajian Perlindungan Hak Cipta Seni Batik Tradisional Indonesia*, Jakarta, P.T Asdi Mahasatya, hlm. 12.

⁴ Much Nurachmad, *Op. Cit.*, hlm. 22.

tingkat informasi tertentu kepada konsumen mengenai barang atau jasa yang dihasilkan pengusaha.⁵

Dengan demikian merek merupakan tanda pengenal asal barang atau jasa yang bersangkutan dengan produsennya, serta dapat melindungi pemilik produk dari perbuatan curang dari pesaing usahanya. Berdasarkan ketentuan Undang - Undang Merek dan Indikasi Geografis, dengan memberikan hak khusus tersebut kepada yang berhak, sesuai dengan prosedur dan syarat-syarat yang harus dipenuhi.⁶ Pemakaian merek memegang peranan penting dalam jalur perdagangan barang yang menentukan kualitas barang serta sarana promosi dalam kehidupan perekonomian, karena merek sebagai bentuk karya intelektual yang mempunyai peranan penting dalam sebuah perekonomian dibidang perdagangan barang, guna untuk membedakan produk yang satu dengan produk sejenis dalam satu kelas.⁷ Dan hak merek terbatas hanya pada penggunaan atau pemakaiannya pada suatu produk-produk yang dipasarkan dan mengandung nilai ekonomis.⁸

Semua yang dilakukan dalam usaha tentunya membutuhkan pengorbanan waktu, tenaga dan uang.⁹ Sistem perlindungan merek *First to File* atau sistem konstitutif adalah sistem perlindungan terhadap suatu merek di mana pihak yang

⁵ Rahmi Jened, 2015, *Hukum Merek (Trademark Law) Dalam Era Global & Integrasi Ekonomi*, Jakarta, Kharisma Putra Utama, hlm. 3.

⁶ Syafrinaldi Fahmi dan M. Abdi Almaksur, 2008, *Hak Kekayaan Intelektual*, Pekanbaru, Suska Press, hlm. 39.

⁷ Kadek Agus Bram Rendrajaya, *Perlindungan Hukum Atas Merek Terkenal (well known mark) Berkaitan Dengan Pelanggaran Merek*, Jurnal Hukum Bisnis, Fakultas Universitas Udayana, Vol.02 No.1 (02 Februari 2014), hlm. 1.

⁸ Zaenal Arifin, dan Muhammad Iqbal, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek Yang Terdaftar*, Jurnal Ius Constituendum, Vol.5 No.1, (1 April, 2020), hlm. 49.

⁹ Tim Lindsey, 2011, *Hak Kekayaan Intelektual*, Bandung, P.T Alumni, hlm. 131.

pertama kali mengajukan permohonan pendaftaran ke kantor merek, maka menjadi pihak pertama yang memiliki hak atas merek tersebut. Penggunaan sistem *First to File* ini dinilai dapat lebih memberikan kepastian hukum bagi pemilik mereknya.¹⁰ Sistem ini menegaskan bahwa orang yang pertama kali mendaftarkan merek, maka pendaftar merek pertama yang berhak atas hak merek tersebut. Meskipun Indonesia menganut pendaftaran merek berdasarkan sistem konstitutif, perlindungan merek terkenal yang belum terdaftar di Indonesia tetap akan mendapatkan perlindungan, karena Indonesia sudah meratifikasi Konvensi Paris dan Perjanjian *The World Trade Organization's TRIPS Agreement (TRIPs)*. Hanya permintaan yang diajukan oleh pemilik merek yang beritikad baik saja yang dapat diterima untuk didaftarkan.¹¹ Maka dibutuhkannya perlindungan hukum bagi hak merek terkenal untuk menjamin adanya kepastian hukum bagi para penemu merek, pemilik merek dan pemegang hak merek. Selain itu, juga mencegah terjadinya pelanggaran dan kejahatan.¹²

Salah satu bentuk pelanggaran merek ialah *Passing Off*. *Passing Off* merupakan pemboncengan reputasi dan citra terhadap merek yang sudah dahulu atau lebih terkenal. Bagi pihak pelaku *Passing Off*, perbuatan yang dilakukan mendatangkan keuntungan namun pihak yang diboncengi tentu mengalami kerugian.¹³ Perbuatan pelanggaran merek berupa *passing off* mayoritas

¹⁰ Justisiari, 20 September 2022, *Perbedaan Sistem Perlindungan Merek First to file Dan First to use*, <https://www.hukumonline.com/klinik/a/perbedaan-sistem-perlindungan-Merekifirstto-file-i-dan-ifirst-to-use-i-lt632997537ca5d/> Diakses Pada Tanggal 10-06-2024 Pukul 21:30 WIB

¹¹ Lindsey, *Op. Cit.*, hlm. 141.

¹² Iswi Hariyani, 2010, *Prosedur Mengurus HKI Yang Benar*, Yogyakarta, Pustaka Yustisia, hlm.

¹³ Elvani Harifaningsih, 2009, *Kasus Merek dominasi perkara HaKI*, Jakarta, Bisnis Indonesia, hlm. 10.

dilakukan pada merek terkenal. Merek terkenal atau yang disebut dengan istilah *well known marks* menjadi sasaran empuk perbuatan itikad tidak baik dalam pelanggaran merek.¹⁴

Suatu merek dapat dinyatakan sebagai merek terkenal apabila memenuhi kriteria tertentu sebagaimana diatur dalam Pasal 18 Ayat (3) Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek yang berbunyi:

“Dalam menentukan kriteria Merek sebagai Merek terkenal sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan dengan mempertimbangkan:

- a. Tingkat pengetahuan atau pengakuan masyarakat terhadap Merek tersebut di bidang usaha yang bersangkutan sebagai Merek terkenal
- b. Volume penjualan barang dan/atau jasa dan keuntungan yang diperoleh dari penggunaan merek tersebut oleh pemiliknya;
- c. Pangsa pasar yang dikuasai oleh Merek tersebut dalam hubungannya dengan peredaran barang dan/atau jasa di masyarakat;
- d. Jangkauan daerah penggunaan Merek;
- e. Jangka waktu penggunaan Merek;
- f. Intensitas dan promosi Merek, termasuk nilai investasi yang dipergunakan untuk promosi tersebut;
- g. Pendaftaran Merek atau permohonan pendaftaran Merek di negara lain;
- h. Tingkat keberhasilan penegakan hukum di bidang Merek, khususnya mengenai pengakuan Merek tersebut sebagai Merek terkenal oleh lembaga yang berwenang; atau
- i. Nilai yang melekat pada Merek yang diperoleh karena reputasi dan jaminan kualitas barang dan/atau jasa yang dilindungi oleh Merek tersebut”.

¹⁴ Endang Purwaningsih, 2020, *Paten dan Merek: Economics and Technological Interests dalam Eksploitasi Paten dan Merek*, Malang, Setara Press, hlm. 59.

Merek terkenal tentu sudah memiliki reputasi baik di masyarakat. Oleh karena itu, peniruan merek yang dilakukan dengan membonceng reputasi merek terkenal dapat menyebabkan konsumen beranggapan bahwa barang-barang tersebut memiliki hubungan dengan salah satu merek terkenal yang mereka tiru. Hal ini tentu dapat menimbulkan kerugian pada pemilik merek terkenal.

Dalam hal terjadi pelanggaran terhadap merek, pemilik merek terdaftar dan/atau penerima lisensi merek terdaftar berhak mengajukan gugatan sebagaimana diatur dalam Pasal 83 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

“(1). 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:

- a. Gugatan ganti dan/atau
- b. Penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan Merek tersebut.

(2). Gugatan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat pula diajukan oleh pemilik Merek terkenal berdasarkan putusan pengadilan.

(3). Gugatan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diajukan kepada Pengadilan Niaga.”

Salah satu kasus sengketa merek terkait pemboncengan merek terkenal terjadi antara *Hardwood Private Limited* dan PT. Unilever Indonesia, Tbk. *Hardwood Private Limited*, sebuah perusahaan yang berbasis di Singapura, menggugat PT. Unilever Indonesia, Tbk, perusahaan besar yang beroperasi di Indonesia, terkait penggunaan kata "*Strong*" dalam merek pasta gigi "*Pepsodent Strong 12 Jam*." Sebagai pemegang merek "*Formula Strong*," *Hardwood*

Private Limited mengklaim bahwa mereka telah terlebih dahulu mendaftarkan kata " *Strong* " untuk produk pasta gigi mereka di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, dengan merek terdaftar IDM000258478 untuk kelas 3, mencakup pasta gigi dan produk sejenis.

Produk mereka dipasarkan dengan merek "*Formula Strong*", "*Formula Strong Protection*", "*Strong Protection*", dan "*Formula Strong Herbal*". *Hardwood Private Limited* menganggap bahwa PT. Unilever Indonesia, Tbk telah melanggar hak merek mereka dengan menggunakan kata " *Strong* " dalam produk pasta gigi "*Pepsodent Strong 12 Jam*," yang menurut mereka memiliki persamaan pada pokoknya dan menyebabkan kerugian besar. Mereka juga mengklaim bahwa " *Strong* " adalah merek terkenal yang telah dipromosikan secara luas.

Pengadilan tingkat pertama memenangkan gugatan *Hardwood Private Limited*, berdasarkan Pasal 83 Ayat (1) Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang menyatakan bahwa merek "*Pepsodent Strong 12 Jam*" milik PT. Unilever Indonesia, Tbk memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek " *Strong* " milik *Hardwood Private Limited*. PT. Unilever Indonesia, Tbk kemudian dijatuhi denda materiil sebesar Rp 108 miliar, terdiri dari Rp 33 miliar kerugian materiil dan Rp 75 miliar kerugian immateriil. Namun, PT. Unilever Indonesia, Tbk mengajukan kasasi ke Mahkamah Agung, yang dalam Putusan Nomor 332 K/Pdt.Sus-HKI/2021 menerima permohonan kasasi tersebut. Mahkamah Agung menyatakan bahwa terdapat kesalahan penerapan hukum oleh Pengadilan Niaga Jakarta Pusat,

dengan pertimbangan bahwa penggunaan kata "Strong" pada "Pepsodent Strong 12 Jam" milik PT. Unilever Indonesia, Tbk tidak melanggar merek "Strong" milik Penggugat.

Namun kalau kita tinjau dari sistem yang di anut di Indonesia yaitu sistem *first to file*, *Hardwood Private Limited* sebagai pendaftar pertama berhak memiliki merek "Strong" secara eksklusif sesuai dengan Pasal 1 angka (5) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 yang berbunyi:

Hak atas Merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik Merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri -Meiek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya.

Dan berdasarkan Pasal 21 Ayat (3) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 yang mengatakan "Merek terkenal dilindungi meskipun belum didaftarkan di Indonesia, asalkan pemohon bisa membuktikan bahwa merek tersebut memang terkenal". Berdasarkan Undang-Undang yang berlaku seharusnya *Hardwood Private Limited* mendapatkan perlindungan hukum terhadap merek "Strong" tersebut.

Maka dari itu berdasarkan latar belakang yang telah penulis jelaskan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian guna mengkaji dan menganalisis lebih lanjut Putusan Mahkamah Agung Nomor 332 K/Pdt.Sus-HKI/2021 yang kemudian akan dituangkan dalam bentuk skripsi yang judul :
"ANALISIS PUTUSAN MAHKAMAH AGUNG NOMOR 332K/PDT.SUS-HKI/2021 TENTANG SENGKETA MEREK ANTARA

HARDWOOD PRIVATE LIMITED DENGAN PT. UNILEVER INDONESIA, TBK

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah perlindungan hukum terhadap pemegang hak merek “*Strong*” berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis?
2. Bagaimana pertimbangan Hakim pada Putusan Mahkamah Agung Nomor 332 K/PDT.SUS-HKI/2021 tentang sengketa merek antara *Hardwood Private Limited* dengan PT. Unilever Indonesia, Tbk?

C. Tujuan Penelitian

Bertolak dari rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana perlindungan hukum terhadap pemegang hak merek “*Strong*” berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pertimbangan Hakim pada Putusan Mahkamah Agung Nomor 332 K/PDT.SUS-HKI/2021 tentang sengketa merek antara *Hardwood Private Limited* dengan PT. Unilever Indonesia, Tbk.

D. Manfaat Penelitian

Sesuai dengan tujuan penelitian ini, sebagaimana yang telah dituangkan diatas, maka diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah kemampuan penulis dalam ilmu pengetahuan serta melatih kemampuan penulis dalam melakukan penulisan dan penelitian yang dapat menambah wawasan bagi pembaca dalam bentuk karya ilmiah skripsi.
- b. Untuk memperkaya ilmu pengetahuan khususnya di bidang hukum perdata yang diperoleh penulis selama perkuliahan. Serta penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi mengenai perkembangan hukum khususnya Hukum Perdata di Indonesia.
- c. Dapat menjadi bahan informasi hukum bagi para akademisi di bidang hukum khususnya hukum perdata tentang analisis Putusan Mahkamah Agung Nomor 332K/PDT.SUS-HKI/2021 tentang sengketa merek antara *Hardwood Private Limited* dengan PT. Unilever Indonesia.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan manfaat bagi individu, masyarakat, atau pihak yang berkepentingan dalam menambah pengetahuan.

- b. Dapat memberikan manfaat sebagai informasi dan pembelajaran bagi masyarakat atau pihak-pihak yang berkepentingan tentang analisis Putusan Mahkamah Agung Nomor 332K/PDT.SUS-HKI/2021 tentang sengketa merek antara *Hardwood Private Limited* dengan PT. Unilever Indonesia.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada Pemerintah/Lembaga terkait tentang analisis Putusan Mahkamah Agung Nomor 332K/PDT.SUS-HKI/2021 tentang sengketa merek antara *Hardwood Private Limited* dengan PT. Unilever Indonesia.

E. Metode Penelitian

Penelitian hukum merupakan suatu kegiatan ilmiah yang berkaitan dengan analisa dan konstruksi, yang dilakukan secara metodologis, sistematis, dan konsisten.¹⁵ Metode penelitian sangat diperlukan dalam penulisan karya tulis yang bersifat ilmiah, agar analisa yang dilakukan terhadap objek studi dapat dilaksanakan sesuai prosedur yang benar sehingga kesimpulan akhir yang diperoleh adalah tetap serta dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.¹⁶

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian untuk mendapatkan data dan informasi yang diperlukan adalah :

¹⁵ Bambang Waluyo, 2008, *Penelitian Hukum Dalam Praktek*, Jakarta, Sinar Grafika.

¹⁶ *Ibid.*

1. Jenis Penelitian

Berkaitan dengan rumusan masalah yang telah disampaikan oleh penulis diatas, maka jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode yuridis normatif yaitu pengumpulan materi atau bahan penelitian yang ditujukan pada dokumen tertulis¹⁷. Khususnya mengenai pendekatan perundang undang dan studi kasus yang berkaitan dengan Putusan Mahkamah Agung Nomor 332K/ PDT.SUS-HKI/2021 Tentang Sengketa Merek Antara *Hardwood Private Limited* Dengan PT. Unilever Indonesia, Tbk.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif, artinya penelitian bertujuan untuk memberikan data yang seteliti mungkin tentang keadaan yang menjadi objek penelitian. Dalam penulisan ini, penulis akan mendeskripsikan analisis Putusan Mahkamah Agung Nomor 332K/ PDT.SUS-HKI/2021 Tentang Sengketa Merek Antara *Hardwood Private Limited* Dengan PT. Unilever Indonesia, Tbk.

3. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari penelitian kepustakaan, berupa bahan kepustakaan hukum yang terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier:¹⁸

¹⁷ Ishaq, 2017, *Metode Penelitian Hukum Dan Penulisan Skripsi, Tesis Serta Disertasi*, Bandung, Alfabeta, hlm 66.

¹⁸ Amiruddin & Zainal Asikin, 2004, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, PT. RadjaGrafindo Persada, Jakarta, hlm118-119.

a. Bahan hukum primer

Bahan hukum primer adalah bahan-bahan hukum yang mengikat, yang mencakup peraturan perundang-undangan, terkait dengan topik masalah yang dibahas, yaitu:

1) Putusan Mahkamah Agung Nomor 332K/ PDT.SUS-HKI/2021 tentang sengketa merek antara *Hardwood Private Limited* Dengan PT. Unilever Indonesia, Tbk.

2) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis,

3) Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2021 Tentang Pendaftaran Merek.

b. Bahan hukum sekunder

Bahan hukum sekunder yaitu bahan-bahan yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer penulis melakukan rujukan kepada beberapa buku yang berkaitan dengan hak cipta dan juga Undang-Undang hak cipta serta tafsiran dan juga jurnal hukum serta artikel-artikel hukum yang berasal dari situs- situs internet yang berkaitan dengan Analisis Putusan Mahkamah Agung Nomor 332K/ PDT.SUS-HKI/2021 Tentang Sengketa Merek Antara *Hardwood Private Limited*

Dengan PT. Unilever Indonesia, Tbk.

c. Bahan hukum tersier

Bahan hukum tersier merupakan bahan-bahan non-hukum merupakan bahan yang dengan pertimbangannya diperlukan dalam penelitian hukum seperti kamus, ensiklopedia, dan sebagainya.

4. Teknik Pengumpulan data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu penelitian kepustakaan (*library research*), yaitu dengan cara membaca, menelaah, mengutip, dari bahan-bahan hukum yang ada.

F. Pengolahan dan Analisis Data

1. Pengolahan Data

Data yang di peroleh di olah dengan cara :

- a. Pemeriksaan data, yaitu melakukan pemeriksaan data yang terkumpul apakah data yang diperoleh sudah cukup lengkap, dan sudah cukup benar sesuai dengan permasalahan.
- b. Klasifikasi data, yaitu dilakukan dengan cara menyusun dan menempatkan data pada tiap-tiap pokok pembahasan dengan susunan yang sistematis sehingga memudahkan dalam pembahasannya.

2. Analisis Data

Analisis data yang digunakan merupakan analisis secara kualitatif, yaitu dengan cara menginterpretasikan data dan memaparkan dalam bentuk kalimat untuk menjawab permasalahan pada bab-bab selanjutnya dan melalui pembahasan tersebut diharapkan permasalahan tersebut dapat terjawab sehingga memudahkan untuk ditarik kesimpulan dari permasalahan tersebut.

