

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pada perkembangan dunia saat ini, banyak para pemilik usaha sering menggunakan merek untuk menjadi pembeda dengan pemilik usaha lainnya. Merek tersebut didesain sedemikian rupa dan kata-kata yang digunakan juga menjadi pembeda agar dapat melekat di pikiran para konsumen dan menjadi daya tarik konsumen untuk membeli. Seperti halnya merek “Aqua” yang merupakan merek dan sering kali menjadi ucapan sehari-hari untuk membeli air mineral kemasan.

Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 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 yang perdagangan barang dan/atau jasa.<sup>1</sup>

*World Intellectual Property Organization (WIPO)* dalam laman resminya memberikan definisi merek sebagai tanda yang dapat membedakan barang atau jasa dari suatu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Dalam Perjanjian internasional terdapat *Trade-Related Aspects of Intellectual Property Right*

---

<sup>1</sup> Lihat Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

(Perjanjian TRIPs) yang merupakan perjanjian dari *World Trade Organization* (WTO) *agreement* yang ditandatangani oleh negara-negara anggotanya yang mewajibkan seluruh anggotanya untuk membuat aturan-aturan mengenai hak kekayaan intelektual di negara masing-masing. Dalam Perjanjian TRIPs Pasal 15 ayat (1) tersebut terdapat istilah merek yang berbunyi:

*Any sign, or any combination of signs, capable of distinguishing the goods or services of one undertaking from those of other undertakings, shall be capable of constituting a trademark. Such signs, in particular words including personal names, letter, numerals, figurative elements and combination of colors as well as any combination of such signs, shall be eligible for registration as trademarks. Where signs are not inherently capable of distinguishing the relevant good or services. Members may require, as a condition of registration, that signs be visually perceptible.*

Terjemahan ke Bahasa Indonesia, yang berbunyi:

(Setiap tanda atau kombinasi tanda yang dapat membedakan barang atau jasa dari perusahaan satu dengan perusahaan lain harus dapat dijadikan merek. Tanda yang dimaksud, khususnya kata, termasuk nama personal, huruf-huruf, unsur figuratif dan kombinasi warna dan juga kombinasi tanda tersebut, harus memenuhi syarat pendaftaran merek. Jika suatu tanda tidak mampu membedakan barang atau jasa yang berkaitan, negara anggota dapat mendaftarkan tanda tersebut berdasarkan daya pembeda yang didapatkan

karena penggunaan, negara anggota dapat menambahkan sebagai syarat pendaftaran bahwa tanda tersebut harus tampak secara visual).

Undang- Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (selanjutnya disebut UU No. 20/2016) terdapat pasal yang mengatur mengenai ruang lingkup merek yaitu berupa dagang dan merek jasa. Merek dagang menurut UU No. 20/2016 merupakan merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang sejenis lainnya.

Hak merek dagang merupakan bentuk perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang memberikan hak eksklusif bagi pemilik terdaftar untuk menggunakan sendiri merek tersebut dalam perdagangan barang dan jasa atau mengizinkan orang lain menggunakan merek tersebut melalui sebuah lisensi.<sup>2</sup>

Hak merek diatur dalam UU No.20/2016 dibuat bertujuan untuk menjaga persaingan usaha yang sehat, berkeadilan, perlindungan konsumen serta perlindungan untuk usaha Mikro, Kecil, dan menengah (UMKM). Menurut Abdul Kadir, Merek memiliki peranan:

1. Bagaikan indikasi pengenal untuk membedakan hasil penciptaan yang dihasilkan seseorang maupun sebagian orang secara bersama-sama ataupun badan hukum dengan penciptaan orang lain ataupun badan hukum yang lain.

---

<sup>2</sup> *Hak Merek Dagang: Pengertian dan Fungsi untuk bisnis sobat* terdapat dalam <https://smesta.kemenkopukm.go.id/hak-merek-dagang-pengertian-dan-fungsi-untuk-bisnis-sobat/> diakses tanggal 10 November 2022 pukul 12.00 WIB

2. Bagaikan alat promosi, sehingga mempromosikan hasil penciptaan cukup dengan menyebut mereknya
3. Bagaikan jaminan atas kualitas benda.
4. Membuktikan asal benda maupun jasa yang dihasilkan.<sup>3</sup>

Hak merek sendiri terdapat syarat pendaftaran merek dalam UU No.20/2016 yaitu bahwa tanggal penerimaan permohonan diberikan apabila permohonan tersebut memenuhi persyaratan minimum yang berupa formulir permohonan yang telah diisi lengkap dengan label merek dan bukti pembayaran biaya permohonan. Secara umum, tahapan prosedur pendaftaran merek berdasarkan UU No.20/2016 terdiri atas pemeriksaan formalitas, pengumuman, pemeriksaan substantif, dan sertifikasi.

Pemahaman pemilik usaha akan pendaftaran hak merek sering diabaikan, beberapa faktor yang membuat para pemilik usaha tidak mendaftarkan hak mereknya yaitu berupa pengetahuan akan pentingnya pendaftaran merek, padahal tidak mendaftarkan merek dagang akan membuat seseorang tidak memiliki hak atas merek tersebut. Faktor lain yang membuat tidak mendaftarkan merek dagangnya adalah karena merek dagang yang terus ditolak oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) karena terdapat persyaratan minimum yang harus dipenuhi, dan proses pendaftaran hak merek dagang yang lama yang membuat seseorang malas untuk mendaftarkan hak merek dagangnya.

---

<sup>3</sup> Yohan Prawira Pakpahan dan Imam Haryanto, "Perlindungan Hukum Terhadap Pemilik Merek Tidak Terdaftar Ditinjau dari Prinsip Use In Commerce" *Dialogia Luridica*, Edisi No. 2, Vol. 12, Fakultas Hukum, Universitas Kristen Maranatha, Jakarta, 2021, hlm 24

Pada tahun 2020, Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia menyatakan bahwa jumlah pelaku UMKM yang mengurus pengajuan merek dagang masih terbilang rendah yaitu 10.632 yang menguruskan merek dagangnya dari jumlah 64,1 Juta pelaku UMKM yang ada di Indonesia. Hal ini dikarenakan minimnya kesadaran para pelaku usaha atas HKI.<sup>4</sup> Dalam kasus tertentu terdapat beberapa merek memang belum didaftarkan namun terdapat usaha baru yang memiliki merek yang sama dan sudah mendaftarkan merek tersebut lebih dahulu sehingga menjadi masalah di kemudian hari, seperti halnya kasus merek di Indonesia yaitu Tempo Gelato.

Kasus Tempo Gelato, Rudy Christian Festraets (Penggugat) asal Perancis mengajukan gugatan dengan pembatalan pendaftaran merek dengan iktikad tidak baik terhadap Ema Susmiyarti (Tergugat), Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia CQ. Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual CQ. Direktorat Merek (Turut Tergugat), Briere Pascal Jacques Edoquard (Tergugat Berkepentingan I), PT. Tempo Gelato Indonesia (Tergugat Berkepentingan II). Penggugat melalui kuasa hukumnya mengajukan gugatan ke Pengadilan Niaga Kota Semarang dengan Nomor Perkara 6/Pdt.Sus-HKI/Merek/2020/PN Niaga Smg.

Bahwa dalam Putusan Nomor Perkara 6/Pdt.Sus-HKI/Merek/2020/PN Niaga Smg dalam Duduk Perkara Tentang Nama/Merek Usaha, Tergugat berkepentingan I meminta kepada Penggugat untuk mendirikan sebuah usaha,

---

<sup>4</sup> Elsa Catriana, *Dari 64,1 Juta UMKM, Baru 10.632 yang Mengurus Merek Dagang*, terdapat dalam <https://money.kompas.com/read/2020/07/17/161100826/dari-64-1-juta-umkm-baru-10.632-yang-mengurus-merek-dagang> diakses tanggal pada tanggal 11 November 2022 pukul 10.00 WIB

karena usaha mebel yang dijalankan tidak sesuai harapan, kemudian Penggugat dan Tergugat berkepentingan 1 mencari ide untuk mendirikan sebuah usaha yang bermula dari ide usaha *Restaurant Sandwich* kemudian menjadi sebuah usaha bidang *Ice Cream/Gelato* karena melihat potensi keuntungan yang besar dibandingkan *Restaurant Sandwich*. Usaha dalam bidang *Ice Cream/Gelato* tersebut diberi nama Tempo Gelato. Dalam Duduk Perkara Tentang Lokasi Usaha Tempo Gelato Pertama, Penggugat dan Tergugat Berkepentingan I mencari lokasi usaha yang strategis dan memutuskan untuk berlokasi di Jalan Prawirotaman, Nomor 43, Brontokusuman, Mergangsan, Kota Yogyakarta.<sup>5</sup>

Dalam Duduk Perkara tentang Pembukaan Resmi Gerai *Ice Cream/Gelato* Merek Tempo Gelato untuk pertama kali, usaha *Ice Cream/Gelato* tersebut memiliki antusias yang sangat tinggi dari para konsumen sebagai penikmat *Ice Cream/Gelato* sehingga merasa perlu mengamankan Merek Tempo Gelato serta mendapatkan perlindungan Hukum sesuai UU Merek atas nama Penggugat atau setidak-tidaknya sebagai kepemilikan bersama oleh Penggugat dan Tergugat berkepentingan I.<sup>6</sup>

Bahwa atas keinginan mengamankan merek Tempo Gelato, Penggugat meminta bantuan kepada Tergugat untuk mendaftarkan merek Tempo Gelato, namun Tergugat mengatakan bahwa orang asing/Warga Negara Asing tidak dapat mendaftarkan merek di Indonesia, dari perkataan Tergugat tersebut Penggugat percaya atas jawaban yang diberikan Tergugat. Sehingga Penggugat

---

<sup>5</sup> Putusan Pengadilan Negeri No. 6/Pdt.Sus-HKI/Merek/2020/PN Niaga Smg hlm.5

<sup>6</sup> *Ibid* hlm.12

menyampaikan kepada Tergugat berkepentingan I akan mendirikan Perusahaan Modal Asing atau Badan Hukum yang didirikan berdasarkan Hukum Indonesia agar bisa mendaftarkan Merek “Tempo Gelato”. Kemudian, Penggugat meminta kepada Tergugat Berkepentingan I untuk membantu dalam pendirian Perusahaan Modal Asing untuk bisnis *Ice Cream/Gelato* tersebut untuk pengurusan administrasi dan hal-hal bisnis yang akhirnya Tergugat Berkepentingan I mengenalkan kepada Tergugat sebagai Warga Negara Indonesia (WNI).<sup>7</sup>

Bahwa dalam duduk perkara tentang Pengelolaan dan Operasionalisasi Usaha Bersama *Ice Cream/Gelato* Merek Tempo Gelato (*First To Use*) setelah Tempo Gelato I dibuka dan sambil menunggu keluarnya pengesahan PT TEMPO GELATO INDONESIA (Tergugat Berkepentingan II) selaku badan, Tergugat menawarkan kepada Penggugat dan Tergugat berkepentingan I untuk sementara Operasional Pengelolaan Gerai *Ice Cream/Gelato* dibantu oleh Tergugat dengan usaha dagangnya yang bernama UD Bangun Jaya Abadi yang didirikan pada tanggal 28 April 2015, dan atas usulan tersebut Penggugat dan Tergugat Berkepentingan I sepakat. Selain itu, juga terdapat pembagian keuntungan atau *Share Profit* yaitu komposisi Penggugat 45% (Empat puluh lima persen), Tergugat berkepentingan I 45% (Empat puluh lima persen), dan Tergugat 10% (Sepuluh persen).<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> *Ibid* hlm. 13

<sup>8</sup> *Ibid* hlm.15

Bahwa setelah bisnis es krim Tempo Gelato berkembang pesat dan dibuka cabang Tempo Gelato ke II di Jalan Kaliurang, pada bulan Desember 2017 Penggugat merasa diperlakukan curang oleh Tergugat karena tidak menerima bagi hasil/keuntungan atas usaha bersama tersebut. Kemudian hari, Penggugat mengetahui bahwa Tergugat bersama dengan rekannya tanpa pemberitahuan kepada Pengugat dan tanpa melibatkan Penggugat telah mendirikan Gerai Tempo Gelato yang berada didepan Gerai Tempo Gelato I Jalan Prawirotaman dan mengosongkan Gerai Tempo Gelato I yang mana atas Gerai Tempo Gelato tersebut berada dibawah badan hukum baru yang telah didirikan oleh Tergugat dan rekan yaitu PT TEMPO GELATO YOGYAKARTA. Selain itu dalam duduk perkara tentang Iktikad Tidak Baik Tergugat, Tergugat mendaftarkan merek “Tempo Gelato+logo” kepada Kementerian Hukum dan Ham cq. Direktorat jenderal Hak Kekayaan Intelektual cq. Tergugat tidak juga mengalihkan hak atas merek TEMPO GELATO yang telah terdaftar tersebut kepada Penggugat atau setidaknya kepada Tergugat berkepentingan II. Bahwa perbuatan tersebut Tergugat terdapat indikasi adanya unsur kesengajaan berupa Iktikad tidak baik dalam mendaftarkan merek Tempo Gelato.<sup>9</sup>

Dalam Putusan tersebut Penggugat dengan surat gugatan tanggal 2 September 2020 yang diterima dan didaftarkan di Kepaniteraan Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Semarang pada tanggal 2 September 2020 dalam Register Nomor 6/ Pdt. Sus-HKI/Merek/2020/ PN Niaga Smg. Bahwa Penggugat mengajukan gugatan pembatalan merek terdaftar ini adalah untuk

---

<sup>9</sup> *Ibid* hlm.16

membatalkan merek terdaftar atas nama Tergugat di daftar umum merek Turut Tergugat yaitu Tempo Gelato, karena Penggugat memiliki kepentingan untuk membatalkan merek Tempo Gelato karena Penggugat adalah pemilik dan pemakai pertama yang sah atas Merek Tempo Gelato, usaha Gerai Ice Cream/Gelato di Yogyakarta sejak 7 April yang beralamat di jalan Prawirotaman No. 43, Kelurahan Brontokusuman, Kecamatan Mergangsan, Kota Yogyakarta yang saat itu didirikan oleh Penggugat bersama Tergugat Berkepentingan, Oleh karenanya Pengugat memiliki legal standing untuk mengajukan gugatan pembatalan merek sebagaimana ketentuan Pasal 76 ayat (1) UU No.20/2016 dengan alasan adanya itikad tidak baik yang dilakukan oleh Tergugat dalam mendaftarkan merek Tempo Gelato + Logo Kelas 43 dan Tempo Gelato Kelas 30 kepada Turut Tergugat. Gugatan tersebut dimenangkan oleh Tergugat dan menyatakan Penggugat telah melakukan perbuatan pelanggaran Merek Terdaftar “Tempo Gelato” Kelas 43 dan Kelas 30.<sup>10</sup>

Kasus lain yang dialami oleh pihak pemilik merek tidak terdaftar yaitu kasus Bossini. Dalam kasus bossini putusan Nomor 7/Pdt. Sus-HKI/Merek/2020/PN. Niaga Sby. Sengketa ini merupakan perkara antara CV. Putra Maju Sejahtera (Penggugat I), CV. Rizqi Maju Makmur Sejahtera (Penggugat II), Rokhmawan (Penggugat III), dan Ika Faldianita (Penggugat IV). Para Penggugat tersebut melawan Hok Ling (Tergugat) dan Pemerintah Republik Indonesia (RI) Cq. Kementerian Hukum Dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Cq. Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Cq. Direktorat Merek dan Indikasi

---

<sup>10</sup>*Ibid* hlm.23

Geografis (Turut Tergugat). Kasus ini para Penggugat mengajukan gugatan pembatalan pendaftaran merek dengan Nomor Pendaftaran IDM000581973 dengan tanggal pendaftaran 17 Mei 2017 dalam kelas Nice 34 untuk jenis barang rokok, cerutu, nama merek BOSSINI yang terdaftar atas nama Tergugat. Bahwa dalam pokok perkara tersebut Tergugat beritikad tidak baik saat mengajukan permohonan pendaftaran merek BOSSINI tersebut.<sup>11</sup>

Bahwa dalam duduk perkara kasus Bossini yaitu Penggugat I sejak tanggal 30 November 2017 sampai saat ini, penggugat I memiliki dan memproduksi serta mengelola barang jenis rokok merek BOSSINI EXCLUSIVE. Penggugat II, Penggugat III dan Penggugat IV juga sejak diterbitkannya surat keputusan dari Direktorat Jenderal Bea dan Cukai tertanggal 05 Mei 2015 maka secara hukum yang lebih dahulu memiliki, mempergunakan, memproduksi, melakukan promosi, memasarkan dan menjual hasil tembakau/rokok. merek Bossini Exclusive. Bahwa untuk melengkapi ijin yang berhubungan dengan produksi hasil rokok merek Bossini Exclusive maka tanggal 28 Agustus 2017 Penggugat telah mengajukan permohonan pendaftaran merek Bossini Exclusive kepada turut Tergugat. Akan tetapi permohonan Penggugat III tersebut ditolak oleh turut tergugat dengan alasan mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek Bossini dengan Nomor pendaftaran IDM000581973 milik pihak lain atau dimohonkan lebih dahulu atau pihak lain yaitu dengan nama pemilik Tergugat.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> Putusan no. 7/Pdt. Sus-HKI/Merek/2020/PN. Niaga Sby hlm. 2

<sup>12</sup> *Ibid*, hlm. 6

Oleh karena itu, penting mengetahui perlindungan hukum bagi pemegang hak merek usaha yang tidak terdaftar sehingga melalui tulisan ini dapat menambah pemahaman para pemilik usaha untuk mendaftarkan hak merek dagang dan penyelesaian hukum bagi pemegang hak merek dagang tidak terdaftar miliknya apabila terjadi sengketa hak merek.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana perlindungan hukum bagi pemegang hak merek dagang tidak terdaftar terhadap sengketa merek?
2. Bagaimana penyelesaian hukum pemegang hak merek dagang tidak terdaftar terjadi sengketa merek ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Untuk menganalisis perlindungan hukum yang mengatur mengenai pemegang hak merek dagang tidak terdaftar terhadap sengketa merek
2. Untuk menganalisis penyelesaian hukum apabila terjadi sengketa hak merek dagang tidak terdaftar.

### **D. Orisinalitas Penelitian**

Bahwa peneliti mencantumkan keaslian penelitian ini berdasarkan beberapa penelitian yang mempunyai unsur yang sama, akan tetapi terdapat beberapa hal yang dapat menjadi pembeda dengan penelitian lainnya seperti subjek penelitian, masalah yang diteliti, sudut pandang penelitian, dan metode yang

digunakan dalam penelitian. Peneliti berfokus pada kasus Tempo Gelato yang terdapat dalam putusan Register Nomor 6/ Pdt. Sus-HKI/Merek/2020/ PN Niaga Smg.

Pertama, Penulis Syaiful Bahri dari Universitas Islam Malang dengan judul Perlindungan Hukum Terhadap Pemilik Merek yang tidak terdaftar di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Bahwa adapun masalah pertama memiliki persamaan pada bentuk perlindungan hukum kepada pemilik merek yang tidak terdaftar, akan tetapi masalah yang diangkat kedua memiliki perbedaan berupa akibat hukum bagi pemilik merek yang tidak terdaftar.

Kedua, Penulis M. Reza Qurahman dari Universitas Muhammadiyah Malang dengan judul Perlindungan Hukum Terhadap Pemilik Merek yang Belum Terdaftar Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Bahwa dalam Skripsi ini memiliki persamaan pada masalah yang diangkat pertama yaitu berupa bentuk perlindungan hukum terhadap pemilik merek yang belum terdaftar, akan tetapi masalah yang diangkat pada kedua memiliki perbedaan yaitu akibat hukum perlindungan hukum terhadap pemilik merek yang belum terdaftar.

## **E. Tinjauan Pustaka**

### **1. Merek**

Dalam Pasal 1 angka 1 UU No.20/2016 dijelaskan tentang Merek yang merupakan tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 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.

Merek adalah salah satu wujud Kekayaan intelektual yang mempunyai peranan penting bagi kelancaran dan peningkatan perdagangan barang atau jasa dalam kegiatan perdagangan dan investasi.<sup>13</sup> Merek adalah aset ekonomi bagi pemiliknya, baik perorangan maupun perusahaan (badan hukum) yang dapat menghasilkan keuntungan besar, tentunya bila didayagunakan dengan memperhatikan aspek bisnis dan proses manajemen yang baik. Pemahaman akan pentingnya peranan merek, yaitu terhadapnya dilekatkan perlindungan hukum yaitu sebagai objek terhadapnya terkait hak-hak perseorangan.<sup>14</sup>

Harsono Adisumarto memberikan pengertian merek yaitu tanda pengenal yang membedakan milik seseorang dengan milik orang lain, seperti pada pemilikan ternak dengan memberi tanda cap pada punggung sapi yang kemudian dilepaskan ditempat penggembalaan bersama yang luas. Cap seperti ini memang merupakan tanda pengenal untuk menunjukkan bahwa hewan yang bersangkutan adalah milik orang tertentu. Biasanya, untuk membedakan tanda

---

<sup>13</sup> Putu Hendra Pratama dan Ni Ketut Supasti Dermawan, *et.al*, *Perlindungan Hukum Pemilik Merek Terdaftar Dan Relevasinya Terhadap Praktek Persaingan Usaha Tidak Sehat*, Terdapat dalam <https://ojs.unud.ac.id/index.php/kerthasemaya/article/download/8197/6134> diakses pada tanggal 02 Desember 2022 pukul 09.00, hlm. 1

<sup>14</sup> Dewi Fitrianiingsi, *Perlindungan Hukum Hak Atas Merek Perusahaan yang Di Merger Menurut Konsepsi Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek*, terdapat dalam <https://media.neliti.com/media/publications/147945-ID-none.pdf> diakses tanggal 02 Desember 2022 pukul 10.00, hlm. 2

atau merek digunakan inisial dari nama pemilik sendiri sebagai tanda pembedaan.<sup>15</sup>

Pengertian merek dalam negara Australia dan Inggris mengalami perkembangan dan memasukkan bentuk dan aspek tampilan suatu produk sebagai bagian yang dapat dilindungi merek. Di Inggris, terdapat contoh sebuah perusahaan yaitu Coca Cola yang mendaftarkan bentuk botol sebagai suatu merek. Dari contoh tersebut menunjukkan adanya kesulitan dalam perbedaan perlindungan merek dengan perlindungan desain sebuah produk. Kesulitan juga muncul karena terdapat perbedaan antara merek dengan barang-barang yang ditempel merek tersebut.<sup>16</sup> Hak atas merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik yang terdaftar dalam Daftar Umum Merek untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya<sup>17</sup>.

Terdapat dua cara pokok dalam memperoleh hak atas merek, yaitu:<sup>18</sup>)

- a. Memperoleh hak atas merek, dengan pendaftaran merek tersebut pada kantor pendaftaran yang disebut sistem atributif atau konstitutif.
- b. Memperoleh hak atas merek, dengan pemakaian pertama merek yang bersangkutan, yang disebut sistem deklarator.

---

<sup>15</sup> Harsono Adisumarto, *Hak Milik Perindustrian*, dikutip dalam Anne Gunawati, *Perlindungan Merek Terkenal Barang dan Jasa tidak sejenis terhadap persaingan usaha tidak sehat*, Ctk. Pertama, edisi pertama, P.T. Alumni, Bandung, 2015, hlm.89

<sup>16</sup> Tim Lindsey, dikutip dalam <sup>16</sup> Budi Agus Riswandi dan Shabhi Mahmashani, *Dinamika Hak kekayaan Intelektual dalam masyarakat Kreatif*, Total Media, Yogyakarta, 2009, hlm. 88

<sup>17</sup> Ahmadi Miru, *Hukum Merek: cara mudah mempelajari undang-undang merek*, Ctk. Pertama, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2005, hlm. 12

<sup>18</sup> Harsono Adisumarto, *Hak Milik Intelektual khususnya Paten dan Merek Hak Milik Perindustrian*, Ctk. Pertama, edisi pertama, Akdemika Pressindo, Jakarta, 1989, hlm. 49

Hak eksklusif yang dimiliki oleh pemilik merek untuk mencegah pihak lain menggunakan mereknya dalam kegiatan perdagangan, akan tetapi hak eksklusif tersebut hanya berlaku khusus untuk barang atau jasa tertentu sebagaimana yang didaftarkan. Pemilik merek tersebut tidak mendapatkan perlindungan atas mereknya untuk seluruh jenis barang atau jasa, dalam hal ini merupakan prinsip kekhususan.<sup>19</sup>

Obyek yang dilindungi dalam merek sendiri adalah dalam Pasal 1 ayat Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 yaitu berupa tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang mempunyai daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan.<sup>20</sup> Praktikanya terdapat petunjuk teknis yang merinci unsur-unsur merek tersebut, yaitu:

a. Gambar

Setiap karya berupa gambar sepanjang tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan dapat dijadikan merek, tetapi gambar tersebut tidak boleh terlalu rumit seperti benang kusut atau juga terlalu sederhana seperti titik, sehingga gambar dapat melambungkan kekhususan tertentu dalam bentuk lencana atau logo, dan secara visual langsung memancarkan identitas yang erat kaitannya daya pembeda.<sup>21</sup>

---

<sup>19</sup> Agung Indriyanto dan Iri Mela Yusnita, *Aspek Hukum Pendaftaran Merek*, Ctk. Pertama, Edisi pertama, Rajawali Pers, Jakarta, 2017, Hlm. 14

<sup>20</sup> Kholis Roisah, *Konsep Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Setara Press, Malang, 2009, hlm 102

<sup>21</sup> Suyud Margono dan Lingginus Hadi, *Pembaharuan Perlindungan Hukum Merek*, dikutip dalam Dwi Rezki Sri Astarini, *Penghapusan Merek Terdaftar*, Ctk. Pertama, Penerbit P.T. Alumni, Bandung, 2009, hlm. 40

b. Nama

Pada dasarnya nama orang, badan usaha, kota, benda, dapat dijadikan sebagai merek. Namun tetap, saja memiliki daya pembeda (*distinctive power*) yang kuat agar dapat menjadi pemilik nama. Nama yang sangat umum yang tidak memiliki daya pembeda yang kuat tidak dapat didaftarkan sebagai merek karena akan mengaburkan identitas khusus seseorang dan membuat bingung masyarakat. Begitu pula dengan nama yang mempunyai lebih dari satu pengertian tidak bisa dijadikan merek.<sup>22</sup>

c. Kata

Kata dapat dijadikan sebagai merek jika mempunyai kekhususan yang memberikan kekuatan daya pembeda dari merek lain yang meliputi berbagai bentuk, yaitu:<sup>23</sup>)

- 1) Dapat merupakan kata dari bahasa asing, bahasa indonesia dan bahasa daerah;
- 2) Dapat berupa kata sifat, kata kerja dan kata benda;
- 3) Dapat merupakan kata yang berasal dari istilah bidang tertentu, seperti budaya, pendidikan, kesehatan, teknik, olahraga, seni dan sebagainya;
- 4) Bisa merupakan satu kata saja atau lebih dari satu kata, dua atau beberapa kata.

---

<sup>22</sup> M. Yahya Harahap, *Tinjauan Merek secara umum dan Hukum Merek di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang Nomor 19 tahun 1992*, dikutip dalam *Ibid* hlm. 41

<sup>23</sup> *Ibid* hlm. 42

d. Huruf

Sama halnya dengan gambar, sepanjang tidak memuat susunan yang rumit dan tidak terlalu sederhana, huruf juga dapat dijadikan merek. Huruf juga dapat dijadikan merek. Huruf juga harus memiliki daya pembeda yang kuat untuk dapat didaftarkan sebagai merek.<sup>24</sup>

e. Angka

Jika hanya terdiri dari satu angka, tidak dapat dijadikan sebagai merek karena terlalu sederhana dan tidak memiliki daya pembeda yang cukup. Oleh karena itu, angka harus dibuat sedemikian rupa hingga memiliki daya pembeda. Susunan angka yang terlalu rumit juga akan sulit didefinisikan sehingga tidak dapat didaftarkan sebagai merek.<sup>25</sup>

f. Susunan warna

Merek yang berupa susunan warna berarti merek tersebut terdiri lebih dari satu unsur warna. Susunan warna yang dibuat sederhana tanpa dikombinasikan dengan unsur gambar atau lukisan geometris, diagonal atau lingkaran, atau gambar dalam bentuk apa saja, kurang memberikan daya pembeda. Tanpa ada wadah untuk meletakkan susunan warna tersebut, tujuan untuk menjadikan susunan warna lebih mempunyai karakter identitas bila dibandingkan dengan angka-angka.<sup>26</sup>

---

<sup>24</sup> *Ibid*

<sup>25</sup> *Ibid*

<sup>26</sup> *Ibid* hlm. 43

g. Merek kombinasi

Merek kombinasi adalah merek yang terdiri dari gabungan unsur-unsur diatas yang secara keseluruhan tidak merupakan satu kesatuan pengertian sendiri. Banyak merek-merek yang berbentuk kombinasi dari berbagai unsur. Bahkan, pada umumnya hampir semua merek merupakan kombinasi dari dua, tiga atau seluruh unsur.<sup>27</sup>

2. Ruang Lingkup Merek

Dalam Pasal 2 Undang-Undang No. 20/2016 ditunjukkan tentang Lingkup Merek yaitu hanya berupa Merek Dagang dan Merek Jasa sehingga, tidak memasukkan merek Kolektif.

a. Merek Dagang

Pasal 1 angka 2 UU No. 20/2016 menjelaskan tentang merek dagang adalah merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang sejenis lainnya.

b. Merek Jasa

Pasal 1 angka 3 UU No. 20/2016 menjelaskan tentang merek jasa adalah merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa sejenis lainnya.

---

<sup>27</sup> *Ibid*

### 3. Sistem Pendaftaran Merek

Bab III UU No. 20/2016 menjelaskan terkait Permohonan Pendaftaran Merek. Permohonan pendaftaran Merek diajukan oleh Pemohon atau kuasanya kepada Menteri secara elektronik atau non elektronik dalam bahasa Indonesia.<sup>28</sup> Dalam Pasal 13 UU No. 20/2016 disebutkan bahwa tanggal penerimaan permohonan diberikan apabila permohonan tersebut memenuhi persyaratan minimum yang berupa formulir permohonan yang telah diisi lengkap dengan label merek dan bukti pembayaran biaya permohonan.

Dalam permohonan pendaftaran merek, biaya permohonan pendaftaran Merek ditentukan per kelas barang/jasa.<sup>29</sup> Dalam hal merek berupa bentuk 3 (tiga) dimensi, label merek yang dilampirkan dalam bentuk karakteristik dari merek tersebut.<sup>30</sup> Dalam hal merek berupa suara, label merek yang dilampirkan berupa notasi dan rekaman suara.<sup>31</sup>

Pasal 20 UU No.20/2016 menjelaskan tentang Merek tidak dapat didaftar jika:

- a. Bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan, atau ketertiban umum;
- b. Sama dengan, berkaitan dengan, atau hanya menyebut barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya;

---

<sup>28</sup> Lihat Pasal 4 ayat (1) UU No.20/2016

<sup>29</sup> Lihat Pasal 4 ayat (5) UU No.20/2016

<sup>30</sup> Lihat Pasal 4 ayat (6) UU No.20/2016

<sup>31</sup> Lihat Pasal 4 ayat (7) UU No.20/2016

- c. Memuat unsur yang dapat menyesatkan masyarakat tentang asal, kualitas, jenis, ukuran, macam, tujuan penggunaan barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya atau merupakan nama varietas tanaman yang dilindungi untuk barang dan/atau jasa yang sejenis;
- d. Memuat keterangan yang tidak sesuai dengan kualitas, manfaat, atau khasiat dari barang dan/atau jasa yang diproduksi;
- e. Tidak memiliki daya pembeda; dan/atau
- f. Merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum.

Sistem perlindungan merek pada dasarnya dilakukan melalui sistem *first to file*. Negara-negara dengan sistem *Civil Law*, termasuk Indonesia, menganut sistem *first to file* dalam memberikan hak merek. *First to file* system yaitu pihak yang pertama kali mengajukan permohonan pendaftaran diberi prioritas untuk mendapatkan pendaftaran merek dan diakui sebagai pemilik merek yang sah.<sup>32</sup> Berdasarkan sistem *first to file* tersebut, pemilik merek, termasuk merek terkenal, harus mendaftarkan mereknya di Ditjen HKI untuk memperoleh hak eksklusif atas mereknya dan perlindungan hukum. Hak eksklusif tidak dapat diperoleh pemilik merek hanya dengan menunjukkan bukti-bukti bahwa ia adalah pemakai pertama merek tersebut di Indonesia. Untuk mendapatkan perlindungan merek, maka pemohon wajib mendaftarkan barang dan/atau jasa yang dimaksudkan.<sup>33</sup>

---

<sup>32</sup> Lucky Setiawati, *Perlindungan Merek Terkenal yang Tidak Terdaftar di Indonesia*, dalam <https://www.hukumonline.com/klinik/a/merek-terkenal-yang-tidak-terdaftar-cl5892>, akses pada 22 Februari 2023 pukul 10.00 WIB

<sup>33</sup> Cokorde Istri Dian, *Sistem Perlindungan Merek dan Implikasinya*, dalam <https://www.ojs.unr.ac.id/index.php/yustitia/article/download/395/327> pada 22 Februari 2023 pukul 10.00 WIB

#### 4. Ruang Lingkup Perlindungan Merek

Dalam Pasal 35 UU 20/2016 menjelaskan bahwa merek yang telah terdaftar akan mendapatkan perlindungan selama 10 (sepuluh) tahun dari tanggal penerimaan pendaftaran. Jangka waktu perlindungan dapat diperpanjang untuk masa yang tidak ditentukan selama 10 (sepuluh) tahun dengan melakukan pembayaran biaya. Pemilik merek harus melakukan permohonan perpanjangan baik secara elektronik atau non elektronik dalam jangka waktu 6 (enam) bulan sebelum berakhirnya jangka waktu perlindungan bagi merek terdaftar tersebut dengan dikenai biaya.<sup>34</sup> Permohonan perpanjangan dalam masih dapat diajukan dalam jangka waktu paling lama 6 (enam) bulan setelah berakhirnya jangka waktu perlindungan Merek terdaftar tersebut dengan dikenai biaya dan denda sebesar biaya perpanjangan.<sup>35</sup> Sehingga pemilik merek harus melakukan pengajuan perpanjangan merek 12 (dua belas) bulan sebelum berakhirnya jangka waktu merek tersebut.

Merek sendiri dapat berfungsi sebagai:

- a. Tanda pengenal untuk membedakan hasil produksi barang atau jasa dari salah satu produksi terhadap produksi lainnya.
- b. Sebagai alat promosi
- c. Sebagai jaminan atas mutu produk
- d. Penunjuk asal barang atau jasa.

---

<sup>34</sup> Lihat Pasal 35 ayat (3) UU No. 20/2016

<sup>35</sup> Lihat Pasal 35 ayat (4) UU No. 20/2016

Berdasarkan Pasal 3 UU No. 14 tahun 1997 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 19 tahun 1992 tentang Merek, Hak atas Merek adalah Hak Khusus yang diberikan negara kepada “Pemilik Merek Yang Terdaftar” dalam daftar umum merek untuk jangka waktu tertentu menggunakan sendiri Merek tersebut atau memberi izin kepada seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama, atau Badan Hukum untuk menggunakannya.

Merek merupakan bagian dari kegiatan perekonomian/dunia usaha, penyelesaian sengketa merek memerlukan badan peradilan khusus, yaitu Pengadilan Niaga yang diharapkan sengketa merek dapat diselesaikan dalam waktu yang relatif cepat.<sup>36</sup> Ketentuan baru dalam UU No.20/2016 menjelaskan mengenai perluasan ruang lingkup perlindungan merek yang meliputi merek tradisional dan merek nontradisional.

#### **F. Definisi Operasional**

Definisi Operasional adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati. Adapun definisi Operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **1. Perlindungan Hukum**

Perlindungan Hukum dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) menjelaskan yang dimaksud dengan perlindungan merupakan cara, proses, dan perbuatan melindungi. Sedangkan hukum adalah peraturan yang dibuat oleh

---

<sup>36</sup> Ermansyah Djaja, *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Ctk. Pertama, Sinar Grafika, Jakarta, 2009, hlm. 192

pemerintah data yang berlaku bagi semua orang atau warga dalam masyarakat sebangsa dan setanah air.

Perlindungan hukum menurut Satjipto Rahardjo adalah adanya upaya melindungi kepentingan seseorang dengan cara mengalokasikan suatu Hak Asasi Manusia kekuasaan kepadanya untuk bertindak dalam rangka kepentingannya tersebut.<sup>37</sup>

Perlindungan Merek di Indonesia terbagi menjadi dua perlindungan, yaitu Perlindungan Preventif yaitu perlindungan sebelum terjadi tindak pidana atau pelanggaran hukum terhadap Merek dan Merek Terkenal.<sup>38</sup> sedangkan perlindungan yang kedua yaitu Perlindungan Represif adalah perlindungan hukum terhadap Merek manakala ada tindak pidana Merek atau pelanggaran hak atas Merek. Perlindungan hukum yang represif ini diberikan apabila telah terjadi pelanggaran merek (termasuk merek terkenal).<sup>39</sup>

## 2. Merek

Pasal 1 angka 1 UU No. 20/2016, Merek merupakan suatu tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.

Merek adalah tanda yang digunakan oleh suatu perusahaan untuk membedakan barang atau jasa miliknya dari perusahaan lain. Merek dagang

---

<sup>37</sup> Satjipto Rahardjo, *Sisi-Sisi Lain dari Hukum di Indonesia*, Kompas, Jakarta, 2003, hlm. 121

<sup>38</sup> Ismail Rumadan, *Kriteria Itikad Tidak Baik dalam Penyelesaian Sengketa Merek Terkenal Melalui Putusan Pengadilan*, Ctk. Pertama, Pulitbang Hukum dan Peradilan Mahkamah Agung RI, Jakarta, 2018, hlm. 117

<sup>39</sup> *Ibid*, hlm. 120

ataupun jasa seringkali merupakan nama atau tanda unik, yang mencermintakan identitas pemiliknya.<sup>40</sup>

### 3. Merek Dagang

Merek dagang menurut UU No. 20/2016 merupakan merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang sejenis lainnya.

### 4. Merek yang Terdaftar

Merek yang terdaftar adalah merek yang sah dan diakui oleh Undang-Undang dan mempunyai nomor register, sehingga memperoleh perlindungan dari negara melalui kantor Pengadilan.<sup>41</sup>

### 5. Sengketa Merek

Sengketa Merek merupakan sengketa yang dapat terjadi antar pelaku usaha ataupun antara pelaku usaha dengan Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia di Indonesia.<sup>42</sup>

## G. Metode Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

---

<sup>40</sup> Yusran Isnaini, *Buku Pintar HAKI*, Ctk. Pertama, Ghalia Indonesia, Bogor, 2010, hlm. 134

<sup>41</sup> Enny Mirfa, "Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terdaftar", *Jurnal Hukum Samudra*, Edisi No. 1, Vol. 11, Fakultas Hukum Universitas Samudra, 2016, hlm. 72

<sup>42</sup> *Ini Dia! 5 Sengketa Merek di Indonesia yang Perlu Anda Ketahui* terdapat dalam <https://smartlegal.id/hki/merek/2021/09/16/ini-dia-5-sengketa-merek-di-indonesia-yang-perlu-anda-ketahui/> diakses tanggal 01 Desember 2022 pukul 10.00 WIB

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode yuridis normatif. Penelitian Yuridis Normatif adalah metode penelitian yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau bahan sekunder belaka. Dalam teorinya, hukum normatif adalah teori hukum yang memberi pemahaman terhadap permasalahan norma yang dialami oleh ilmu hukum dogmatik dalam kegiatannya mendeskripsikan norma hukum, merumuskan norma hukum (membentuk peraturan perundang-undangan), dan menegakkan norma hukum (praktik yudisial).<sup>43</sup> Penelitian yang dilakukan akan menggunakan studi pustaka, Undang-Undang, Jurnal, Buku, dan tulisan ilmiah mengenai merek dagang usaha. Selain itu, penelitian ini juga akan melihat berdasarkan putusan-putusan terkait pelanggaran hak merek dagang yang tidak mendaftarkan mereknya.

## 2. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, Pendekatan yang digunakan pada penelitian hukum normatif yaitu dengan menggunakan 3 (tiga) metode, metode yang digunakan antara lain:

### a. Perundang-undangan

Pendekatan perundang-undangan digunakan dengan menelaah semua Undang-Undang dan Regulasi yang sangkut paut dengan isu hukum yang diteliti.<sup>44</sup>

---

<sup>43</sup> I Made Pasek Diantha, *Metodelogi Penelitian Hukum Normatif Dalam Justifikasi Teori Hukum*, Ctk. Kedua, Prenada Media Group, Denpasar, 2017, hlm. 84

<sup>44</sup> Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum Edisi Revisi*, Bandung : PT Kharisma Putra utama, 2015, hlm. 133

#### b. Kasus

Pendekatan kasus dilakukan dengan cara menelaah terhadap kasus-kasus yang berkaitan dengan isu yang dihadapi yang telah menjadi putusan pengadilan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap.<sup>45</sup> Pendekatan ini bertujuan untuk mempelajari penerapan norma-norma atau kaidah hukum yang dilakukan dalam praktik hukum, terutama mengenai kasus-kasus yang telah diputus sebagaimana yang dapat dilihat dalam yurisprudensi terhadap perkara-perkara yang menjadi fokus penelitian.<sup>46</sup>

#### c. Konseptual

Pendekatan konseptual yaitu dengan menunjukkan objek dari sudut pandangan pengetahuan yang praktik sehingga dapat menentukan maknanya secara tepat dan dapat digunakan dalam proses pemikiran dengan mengidentifikasi terhadap prinsip, pandangan dan doktrin yang sudah ada untuk kemudian memunculkan gagasan baru.<sup>47</sup>

### 3. Fokus Penelitian

Adapun yang menjadi fokus penelitian adalah:

- a. perlindungan hukum yang mengatur mengenai pemegang hak merek dagang tidak terdaftar terhadap sengketa merek.

---

<sup>45</sup> *Ibid*, hlm. 134

<sup>46</sup> Johnny Ibrahim, dalam kutipan Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum*, Ctk. Pertama, Mataram University Press, Mataram, 2020, hlm. 58

<sup>47</sup> Mulyadi, M. "Riset Desain Dalam Metodologi Penelitian," *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, Vol. 16, No. 1, Januari 2012, 28

- b. penyelesaian hukum apabila terjadi sengketa hak merek dagang tidak terdaftar.

#### 4. Bahan Hukum Penelitian

Adapun bahan hukum penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah:

##### a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer merupakan bahan hukum yang mempunyai sifat autoritative yang berarti dibuat lembaga/pejabat yang berwenang dan mengikat umum. Bahan hukum primer dalam penelitian ini terdiri dari:

- 1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
- 2) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.
- 3) Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta
- 4) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

##### b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder merupakan bahan hukum yang menjelaskan bahan primer seperti buku, laporan penelitian (Skripsi, Tesis, Disertasi), tulisan ahli hukum (Jurnal, makalah), Rancangan Undang-Undang (RUU).

##### c. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier merupakan bahan hukum yang dapat memberikan petunjuk atau penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder,

seperti abstrak, kamus, ensiklopedia, indeks kumulatif, sumber biografi, terbitan

#### d. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui studi kepustakaan yaitu dengan mengkaji dan menggunakan buku-buku, jurnal, makalah, data elektronik, dan peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan hak merek di Indonesia.

### 5. Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yaitu tidak dengan angka- angka melainkan data yang berbentuk kata-kata atau kalimat. Selain itu data yang diperoleh dari hasil penelitian yang diperoleh, kemudian dihubungkan dengan menguraikan, menafsirkan, peraturan perundang-undangan yang berlaku dengan sudut pandang dalam bentuk narasi.

### 6. Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun secara sistematis kedalam 4 bab dengan rinci sebagai berikut:

BAB I bahwa dalam bab ini menguraikan tentang pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah yang menunjukkan bahwa penelitian ini perlu untuk dilakukan yang berupa rumusan masalah, tujuan penelitian, tinjauan pustaka, definisi operasional, metode penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II bahwa dalam bab ini menjelaskan terkait Tinjauan umum. Pada bab ini akan dijelaskan lebih rinci terkait teori hak merek yaitu berupa Hak kekayaan intelektual secara umum, pengaturan merek, Perlindungan hukum pemegang hak merek yang berguna dalam menjawab rumusan masalah.

BAB III bahwa dalam bab ini akan menjelaskan pembahasan. Dalam bab ini merupakan pembahasan yang menjawab secara inti dari rumusan masalah yang ada. Dalam rumusan masalah mengenai perlindungan hukum merek dan sengketa merek akan dikaji berdasarkan peraturan perundangan undangan dan putusan pengadilan yaitu Tempo Gelato.

BAB IV bahwa dalam bab ini merupakan Penutup. Pada bab ini akan menampilkan kesimpulan dari hasil penelitian serta saran berdasarkan hasil penelitian yang dapat bermanfaat bagi pembaca dan perkembangan hukum dalam bidang hukum kekayaan intelektual.