

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia dengan ilmu pengetahuan telah mengembangkan kemampuan intelektualnya untuk menciptakan berbagai jenis karya, baik berupa karya teknologi, seni ataupun sastra. Karya yang diciptakan dari kemampuan intelektual ini membutuhkan segala upaya baik pengorbanan waktu, tenaga, pikiran dan kreativitas yang tak sedikit karena karya tersebut diharapkan menjadi suatu karya yang bernilai ekonomis. Lahirnya Kekayaan Intelektual diawali dari sebuah ide atau gagasan. Gagasan muncul dari kreativitas olah pikir, dengan menggunakan kecerdasan intelektual dan kecerdasan emosional. Dua kecerdasan tersebut melahirkan karya berupa ilmu pengetahuan, kesenian dan kesusastraan. Istilah Kekayaan Intelektual mengalami perubahan nomenklatur sebanyak 4 (empat) kali, dari Hak Cipta, Paten, dan Merek (HCPM)

Kekayaan atau karya-karya yang dihasilkan dari kecerdasan manusia yang memiliki nilai atau manfaat ekonomi bagi kehidupan manusia harus dilindungi oleh hukum agar tercapainya tujuan hukum yaitu keadilan, kepastian dan kemanfaatan terkhusus dalam sistem perlindungan hukum bagi kekayaan intelektual di Indonesia. Hasil kerja otak atau kegiatan intelektual terdapat dalam ilmu pengetahuan, seni, budaya maupun teknologi. Dalam konteks hukum perdata, rumusan tentang hak kekayaan immateriil dijelaskan dalam pengertian benda yang diatur dalam Pasal 499 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata).

Kekayaan intelektual menurut *World Intellectual Property Organization* selanjutnya disingkat WIPO adalah sebuah hasil kreasi dari ide maupun gagasan yang berupa penemuan baru, karya sastra, karya seni, simbol, nama, dan gambar yang diperuntukkan dalam dunia perdagangan. Kekayaan Intelektual, khususnya yang berkaitan dengan haknya, dikelompokkan sebagai hak milik perorangan yang sifatnya tidak berwujud (*intangible*). Menurut David I Bainbridge, *Intellectual Property* atau Hak Kekayaan Intelektual adalah hak atas kekayaan yang berasal dari

karya intelektual manusia yaitu hak yang berasal dari hasil kreatif yaitu kemampuan daya pikir manusia yang diekspresikan dalam berbagai bentuk karya yang bermanfaat serta berguna untuk menunjang kehidupan.¹

Hak Kekayaan Intelektual sendiri dapat dikategorikan sebagai benda tidak berwujud (benda immateriil). Merujuk pada Pasal 499 BW (KUH Perdata), yang dapat dinamakan kebendaan yaitu tiap-tiap barang dan tiap-tiap hak yang dapat dikuasai oleh hak milik. Lebih jauh dimuat dalam Pasal 503 BW bahwa tiap-tiap kebendaan adalah bertubuh atau tidak bertubuh. Sebagaimana yang diterangkan oleh Mahadi bahwa barang yang dimaksudkan dalam Pasal 499 BW adalah benda materiil, sedangkan hak adalah benda immateriil. Kemudian golongan kebendaan yang dimaksud dalam Pasal 503 BW maksudnya ialah penggolongan benda ke dalam kelompok benda berwujud dan benda tidak berwujud.²

Penggunaan merek sebagai tanda identitas (*identity marks*) dapat ditelusuri sejak zaman Mesir Kuno, dimana ditemukan bukti sejarah yang menunjukkan tulisan dan gambar pada artefak/situs sejarah yang menunjukan bahwa ternak/barang bahkan manusia telah ditandai sejak era peradaban Minoa yang ditemukan Kembali oleh arkeologi Inggris Sir Arthur Evans berlangsung antara tahun 300-1450 Sebelum Masehi. Mesir sudah mulai menerapkan adanya nama untuk batu bata yang dibuat atas perintah raja. Adanya regulasi merek sebagai pembeda untuk suatu produk seperti pisau, pedang atau barang produk tembaga lainnya.

Pembuat tembikar di zaman purbakala yaitu Yunani dan Romawi memberikan hasil pekerjaannya dengan cap di dasar pot yang masih basah sebagai pembeda. Sedangkan di Indonesia sendiri melalui pemerintahan Belanda Undang-Undang Hak Milik Perindustrian yang diberlakukan sampai zaman kemerdekaan berdasarkan Pasal II Aturan Peralihan UUD 1945. Tahun 1961 peraturan tersebut kemudian diganti dengan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 tentang Merek

¹ Henry Soelistyo, 2014, *Hak Kekayaan Intelektual Konsep, Opini dan Aktualisasi*, Penaku, Jakarta Selatan, hlm. 9.

² OK. Saidin, 2013, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Rajawali Pers, Jakarta, hlm. 12.

Perusahaan dan Merek Perniagaan. Kemudian Kembali diganti pada tahun 1992 karena dinilai undang-undang tersebut kurang memberikan kepastian hukum, undang-undang ini disempurnakan dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek. Kemudian disempurnakan lagi dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Di dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 sudah lebih rinci mengatur bagaimana sistem, syarat-syarat mengajukan permohonan merek sampai kepada tata caranya.

Secara garis besar *World Intellectual Property Organization* (WIPO) membagi HKI menjadi dua kelompok yaitu:

1. Hak Cipta (*copyrights*)

Konsep Hak Cipta menurut Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, hak cipta adalah hak eksklusif pencipta yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip

Deklaratif setelah suatu ciptaan diwujudkan dengan bentuk yang nyata tanpa mengurangi pembatasan dengan ketentuan perundang-undangan. Pencipta adalah seseorang atau beberapa orang yang secara Bersama melahirkan suatu ciptaan berdasarkan hasil pemikiran dan imajinasi yang dituangkan ke dalam bentuk yang khas dan bersifat pribadi.³

2. Hak Kekayaan Industri (*industrial property rights*)

Hak Kekayaan Industri mengatur mengenai segala hak di bidang perindustrian terutama mengenai perlindungan hukum di bidang perindustrian, karena hal ini sangat berguna untuk melindungi kegiatan industri dari hal-hal yang sifatnya menghancurkan sebagai plagiatisme⁴

Namun pada penulisan kali ini penulis akan lebih memfokuskan penyampaian penelitian ini pada sehubungan dengan topik Merek yang merupakan salah satu bagian dari Hak Kekayaan Industri.

³ Much Nurachmad, 2011, *Segala Tentang Haki Indonesia*, Buku Biru, hlm.24.

⁴ *Pembahasan Hak Kekayaan Industri: Paten dan Merek dalam UU Cipta Lapangan Kerja* (Ceted 2022, 8 November pada pukul 16.28) available from <https://smesco.go.id/pembahasan-hak-kekayaan-industri-paten-dan-merek>

Ahli seperti R. Sardono menyatakan bahwa merek adalah suatu tanda yang pada dirinya terkandung daya pembeda yang cukup (*capable of distinguishing*) untuk membedakan suatu barang dengan barang-barang lain yang sejenis, tidak adanya daya pembeda maka tidak dapat disebut merek.⁵ Rahmadi Usman juga mendefinisikan merek sebagai suatu tanda pengenal dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa yang sejenis atau sekaligus merupakan jaminan mutunya bila dibandingkan dengan produk barang atau jasa sejenis atau sekaligus merupakan jaminan mutunya bila dibandingkan dengan produk barang atau jasa sejenis yang dibuat oleh pihak lain.⁶ Ok. Sadikin juga mengemukakan pendapatnya mengenai merek yang didefinisikan sebagai suatu tanda (*sign*) untuk membedakan barang-barang atau jasa yang sejenis yang dihasilkan oleh orang lain, yang memiliki daya pembeda maupun sebagai jaminan atas mutunya dan digunakannya dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.⁷

Berdasarkan undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis mendefinisikan merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna dalam bentuk 2(dua) dimensi 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/jasa. Dengan pengertian merek dari beberapa ahli penulis dapat mendefinisikan bahwa merek merupakan tanda yang khas untuk membedakan suatu barang atau jasa.

Sebagaimana merek diatur dalam Undang-Undang Merek yaitu meliputi merek dagang dan merek jasa namun walaupun dalam undang-undang digunakan istilah merek dagang atau merek jasa, sebenarnya yang dimaksudkan dengan merek dagang adalah merek barang karena merek yang tersebut digunakan kepada barang

⁵Gatot Supramono,2008, *Menyelesaikan Sengketa Merek Menurut Hukum Indonesia*, Jakarta, Rineka Cipta, hlm. 16.

⁶ Rachmadi Usman, 2003, *Hukum Hak Kekayaan Intelektual: dan Dimensi Hukumnya di Indonesia*, Alumni, Bandung, hlm. 321.

⁷ *Ibid.* hlm.321.

yang digunakan sebagai lawan dari maksud merek jasa, dapat dilihat dari pengertian merek dagang dan merek jasa sebagai berikut: ⁸

- a) Merek dagang didefinisikan sebagai merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang-barang lainnya.
- b) Merek jasa didefinisikan sebagai merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan secara Bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa-jasa jenis lainnya.

Demi melindungi merek dari peniruan atau persaingan yang curang, maka merek tersebut harus didaftarkan di Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual, dengan begitu pemilik merek akan memperoleh hak nya yang disebut Hak katas Merk yang digunakan secara sah. Hak katas merek berdasarkan Pasal 33 UU No. 15 Tahun 2001 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. Pemberian izin penggunaan merek dapat disebut dengan Lisensi. Lisensi adalah izin yang diberikan oleh pemilik merek terdaftar kepada pihak lain melalui suatu perjanjian berdasarkan pada pemberian hak (bukan pengalihan hak) untuk menggunakan merek tersebut, baik untuk seluruh atau Sebagian jenis barang dan/atau jasa yang didaftarkan dalam waktu dan syarat tertentu. ⁹ Pemegang Lisensi dapat menggunakan Hak nya yaitu menggunakan merek yang telah dilisensikan untuk memproduksi dan memarsakan merek dagang atau jasanya.

Hak Merek akan timbul dan dilindungi Hukum apabila Merek tersebut didaftarkan dan Pendaftaran Merek ini bersifat wajib untuk mendapatkan perlindungan Hukum. Suatu Merek dapat didaftarkan secara individual maupun secara kolektif. Merek Kolektif menurut Pasal 1 ayat 4 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 mendefinisikan sebagai:

⁸ Ahmadi Miru, 2005, *Hukum Merek Cara Mudah mempelajari Undang-Undang Merek*, Jakarta Rajagrafindo Persada, hlm.11

⁹ *Ibid.* 63.

“Merek yang digunakan pada barang dan/atau jasa dengan karakteristik yang sama mengenai sifat, ciri umum, dan mutu barang atau jasa serta pengawasannya yang akan diperdagangkan oleh beberapa orang atau Badan Hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa sejenis lainnya.”

Indonesia dalam keikutsertaannya terhadap *Union for the Protection of Industrial Property* yaitu organisasi Uni Internasional khusus untuk memberikan perlindungan pada Hak Milik Perindustrian, yang sekarang ini sekretariatnya turut diatur oleh Sekretariat Internasional WIPO (*World Intellectual Property Organization*).¹⁰ Perlindungan merek merupakan salah satu aspek penting dalam hukum merek. Perlindungan yang diberikan oleh Undang-Undang merek terhadap merek merupakan pengakuan terhadap keberhasilan pemilik merek dalam menciptakan image eksklusif dari produknya yang diperoleh melalui pengiklanan atau penjualan produk-produknya secara langsung.¹¹

Ruang lingkup perlindungan hukum terhadap merek terkenal dalam Persetujuan *The Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPs)* terdapat dalam Pasal 16 Ayat (2) dan (3) Persetujuan *TRIPs*. Indonesia yang telah meratifikasi *Agreement Establishing the World Trade Organisation* terikat pula pada seluruh ketentuan dalam Perjanjian *TRIPs*. Dengan demikian, berkaitan dengan perluasan perlindungan hukum terhadap merek terkenal, Indonesia harus melaksanakan kewajiban internasionalnya untuk melindungi merek terkenal setidaknya sebagaimana standar perlindungan hukum yang diberikan Pasal 16 mengatur dan memberikan pemilik merek terdaftar hak eksklusif untuk mencegah semua pihak yang tidak berhak dari penggunaan dalam perdagangan, tanda yang memiliki persamaan keseluruhan atau persamaan pada pokoknya dengan merek atau jasa milik pemilik merek terdaftar.¹² Namun hak eksekutif tidak boleh merugikan hak-hak yang ada sebelumnya.

¹⁰ OK. Saidin, *op cit*, hlm. 338.

¹¹ Tim Lindsey, 2006, *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*, Alumni, Bandung, hlm. 151.

¹² Budi Agus Riswandi, 2020, *Hukum Merek Kolektif*, UII Press Yogyakarta, hlm. 22-23

Merek yang berperan sebagai alat pembeda, baik bagi konsumen untuk mengenali identitas, sumber dan asal-usul barang maupun bagi para produsen merek yang menggunakan merek sebagai simbol dan representasi nama baik perusahaan yang harus selalu dijaga reputasinya di tengah konsumen.¹³ Adanya peniruan merek pada dasarnya dilandasi itikad tidak baik, yaitu mengambil kesempatan dari ketenaran merek orang lain. Sehingga dapat menimbulkan kerugian bagi pemilik merek disebabkan ada kemungkinan berkurangnya penjualan produk akibat dari Sebagian konsumennya beralih ke merek yang menyerupai. Ditambah dengan banyaknya penjualan produk dengan beragam merek di era globalisasi dengan perdagangan yang semakin bebas ini, dengan terjadinya perdagangan bebas saat mengakibatkan perdagangan yang semakin ketat dan menuntut para pelaku usaha untuk tetap lebih kreatif mungkin terhadap produk yang dijualnya agar tetap bertahan di dunia usaha ini, hal ini terjadi karena mudahnya batasan-batasan antar negara yang membuat barang dari negara lain dapat diperjualbelikan dengan bebas di luaran.

Meskipun sudah terdapat regulasi yang mengatur tentang merek, tetapi dari segi penegakkan dan pelaksanaanya yang terdapat dilapangan pasti tidak lepas dari sebuah persengketaan. Sangat diperlukannya perlindungan hukum terhadap merek karena merek memiliki nilai ekonomi atas suatu barang atau jasa yang menunjukkan kualitas suatu barang atau jasa tertentu dalam perdagangan, dan membedakan dengan nilai atau kualitas dengan barang atau jasa yg serupa milik orang lain. Adapun dalam bidang Hak Kekayaan Intelektual terdapat beberapa permasalahan hukum, salah satunya adalah permasalahan hukum antara PT. Pstore Glow Bersinar Indonesia selaku pemilik merek “Ps Glow” dengan PT. Kosmetika Global Indonesia selaku pemilik merek “Ms Glow” , PT Kosmetika Cantik Indonesia selaku badan berusaha yang mendistribusikan merek “Ms Glow”, Gilang Widya Pramana selaku mantan direktur dan bertanggung jawab atas kegiatan usaha, Sandy Purnamasari selaku orang yang selama ini mengaku telah

¹³ Julius Rizaldi, 2009, *Perlindungan Kemasan Produk Merek Terkenal Terhadap Persaingan Curang*, Alumni Bandung, hlm. 2.

memberi ijin dan kewenangan kepada PT. Kosmetika Global Indonesia, Titis Indah selaku orang yang saat ini menjabat sebagai direktur dan bertanggung jawab atas kegiatan usaha, dan Sheila Martalia selaku direktur PT. Kosmetika Cantik Indonesia sebagaimana ternyata dalam putusan Pengadilan Nomor No.2/PDT.SUS.HKI/Merek/2022/PN Niaga Surabaya.

Pada gugatannya PT. Pstoreglow Bersinar Indonesia selaku penggugat dan pemilik merek “Ps Glow” mendalilkan bahwa merek “Ms Glow” milik PT. Kosmetika Global Indonesia selaku Tergugat, memiliki persamaan pada pokoknya dan/atau keseluruhannya dengan merek “Ps Glow”, “Ps Glow”, dan “Ps Store Glow” yang sudah didaftarkan terlebih dahulu, sehingga mengakibatkan adanya kerugian yang dialami oleh penggugat baik secara materil maupun imateril sebagai akibat adanya penggunaan merek dagang yang digunakan oleh “Ms Glow”.

Sesuai dengan uraian diatas penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam dan menuangkannya dalam suatu penulisan skripsi mengenai proses penyelesaian sengketa antara PT. Psstore Glow Bersinar Indonesia selaku pemilik merek “Ps Store Glow” dengan PT. Kosmetika Global Indonesia selaku pemilik merek “Ms Glow” dalam memperebutkan Hak Merek dagang berdasarkan UndangUndang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis sebagai dasar hukum dalam proses penyelesaian sengketa HKI di bidang merek, dengan judul “Penyelesaian Sengketa Merek Ps Glow dengan Merek Ms Glow” (Studi Putusan No. 2/PDT.SUS.HKI./Merek/2022/PN Niaga Surabaya).

B. Rumusan Masalah

Dengan berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka pokok permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana perlindungan hukum terhadap pemegang Hak atas Merek berdasarkan putusan No.2/PDT.SUS.HKI./Merek/2022/PN Niaga Surabaya?
2. Apakah putusan hukum atas perkara No. 2/PDT.SUS.HKI/Merek/2022/PN Niaga Surabaya sudah sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis?

C. Ruang Lingkup Penelitian

Demi terhindar dari pembahasan diluar topik rumusan masalah dan demi memberikan hasil yang efektif maka ruang lingkup pada penulisan ini terfokus kepada Penyelesaian Sengketa Merek antara Ps Glow dan Ms Glow (Studi.putusan No.2/PDT.SUS.HKI/Merek/2022/PN.Niaga Surabaya).

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya penulisan dan penelitian hukum ini adalah sebagai berikut:

1. Tujuan Umum

Adapun yang menjadi tujuan umum dilakukannya penelitian ini demi memenuhi syarat administrasi untuk menyelesaikan Pendidikan tinggi dan memperoleh gelar Sarjana Hukum.

2. Tujuan Khusus

- a. Untuk menambah wawasan atau pengetahuan mengenai perlindungan hukum bagi merek yang terdaftar di Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual.

- b. Untuk mengetahui seperti apa berjalannya kepastian hukum kepada pemegang hak atas merek dalam perkara penyelesaian sengketa merek.

E. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu kegiatan yang bersifat ilmiah yang dilakukan dengan cara menganalisa secara istematis dan konsisten.¹⁴

1. Jenis Penelitian

Adapun jenis penelitian yang dilakukan pada penelitian ini yaitu hukum normative (yuridis normative). Penelitian hukum ini mengacu kepada norma perundang-undangan serta studi kasus putusan pengadilan. Dengan menggunakan metode pendekatan teori dan metode analisis.

2. Sumber Data

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang terdapat dalam kepustakaan, yang berupa peraturan perundang-undangan, jurnal, artikel dan buku lainnya.

Adapun bahan hukum yang akan digunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

1) Bahan Hukum Primer

Bahan Hukum Primer merupakan bahan kajian yang bersidat mengikat yang terdiri dari norma dan kaidah dasar, berupa peraturan perundang-undangan yang terdiri dari:

- a) Undang - Undang nomor 15 Tahun 2001 dan Undang - Undang nomor 20 tahun 2016 tentang Merek.
- b) Peraturan perundang - undangan yang lain yang berhubungan dengan penelitian.
- c) Putusan Pengadilan Niaga Surabaya

¹⁴ Muhaimin, 2020, *Metode Penelitian*, Mataram University Press, Mataram, hlm. 18.

2) Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum yang dapat memberi penjelasan terhadap bahan hukum primer demi membantu meneliti dan menganalisa seperti hasil penelitian hukum dan jurnal ilmiah mengenai Hak Merek.

3) Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier memberi penjelasan antara bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder.

F. Kerangka Teori dan Kerangka Konsep

1. Kerangka Teori

Merupakan suatu perencanaan tentang penjelasan dari semua hal-hal yang dilandasi oleh suatu penelitian. Teori sangat penting dalam proses penelitian, karena teori digunakan sebagai dasar penelitian untuk menemukan kebenaran hukum. Teori yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah:

a) Teori Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum pada dasarnya adalah suatu perlindungan yang diberikan kepada masyarakat oleh para penegak hukum. Satjipto Raharjo mendefinisikan Perlindungan Hukum memberikan pengayoman terhadap hak asasi manusia yang telah dirugikan orang lain dan bentuk perlindungan hukum tersebut diberikan kepada masyarakat agar dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum.

b) Teori Kepastian Hukum

Kepastian Hukum menyatakan bahwa hukum harus jelas bagi subjek-subjeknya supaya mereka bisa menyesuaikan perbuatan mereka dengan aturan yang ada serta agar negara tidak sewenang-wenang dalam menjalankan kekuasaan.

Menurut Sudikno Mertokusumo Kepastian Hukum merupakan sebuah jaminan bahwa hukum tersebut harus diterapi dengan cara yang

baik.¹⁵ Adanya Kepastian Hukum merupakan pengaturan hukum yang sesuai dengan perundang-undangan yang dibuat oleh para pihak yang berwenang sehingga memiliki aspek yuridis demi menjamin adanya kepastian hukum.

2. Kerangka Konsep

Kerangka konseptual adalah adanya suatu hubungan antara konsep-konsep yang akan diteliti sehingga digunakan untuk menghubungkan suatu topik yang akan dibahas. Adapun kerangka konsep pada penulisan skripsi ini yaitu:

1) Merek

Merek adalah tanda berupa gambar, nama, kata-kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan barang atau jasa.

2) Merek Dagang

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.” (Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis)

H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan hukum ini adalah memberikan gambaran yang jelas dan komperhensif mengenai penulisan hukum ini. Penelitian yang penulis lakukan dibagi menjadi beberapa bab, sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang Pendahuluan yang terdiri dari :

- (a) latar belakang permasalahan;
- (b) rumusan masalah;

¹⁵ Asikin Zainal, 2012, *Pengantar Tata Hukum Indonesia*, Rajawali Press, Jakarta, hlm. 12.

- (c) ruang lingkup penelitian;
- (d) maksud dan tujuan penelitian;
- (e) kerangka teori dan kerangka konsep;
- (f) metode penelitian;
- (g) sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan dan menjelaskan tentang merek, fungsi Merek, jenis – jenis merek, tujuan perlindungan merek, persyaratan merek, hak atas merek, pendaftaran merek dan prosedur pendaftaran merek, dasar hukum nasional dan internasional merek.

BAB III PEMBAHASAN RUMUSAN MASALAH I

Bab ini menganalisis rumusan masalah satu yaitu: Bagaimana perlindungan hukum terhadap pemegang Hak atas Merek berdasarkan No. 2/PDT.SUS.HKI./Merek/2022/PN Niaga.

BAB IV PEMARUMUSAN MASALAH II

Bab ini menganalisis rumusan masalah dua yaitu: Bagaimanakah hasil putusan atas perkara No. 2/PDT.SUS.HKI./Merek/2022/PN Niaga sudah sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang penutup yang terdiri atas kesimpulan dan saran terkait dengan permasalahan.