

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Permasalahan**

Digitalisasi dalam cakupan perdagangan dan ekonomi tiap negara semakin meningkat dikarenakan adanya digitalisasi ekonomi, dalam arus digitalisasi tentu saja mempengaruhi perubahan perekonomian global dan menciptakan roda perdangangan yang semakin berkembang pesat setiap tahunnya. Menurut Djoko Prakoso menjelaskan setiap negara berkepentingan atas sistem ekonominya untuk memfasilitasi barang dan jasa yang cukup, berkualitas tinggi dan murah agar semua rakyatnya mencapai tingkat hidup ekonomi yang tinggi atau makmur.<sup>1</sup> Dalam suatu bisnis usaha sudah pasti pelaku usaha menggunakan berbagai cara untuk menjalankan roda bisnis usahanya guna bersaing dengan usaha bisnis yang lain, dengan menggunakan identitas berupa merek atau logo yang dikenal oleh masyarakat umum menjadi ciri khas tersendiri untuk suatu usaha bisnis agar menjadi daya tarik.

Dalam Hak Kekayaan Intelektual (HaKI), secara umum terbentuk menjadi 2 (dua) macam yang pertama ialah hak cipta yang dimana berdasarkan Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta ialah hanya pemilik hak cipta atau pencipta asli suatu karya yang berhak menentukan bagaimana karya tersebut digunakan. Hak cipta memberikan perlindungan hukum terhadap berbagai jenis karya kreatif, mulai dari karya ilmiah hingga karya seni dan sastra. Dengan kata lain, secara bebas tanpa izin persetujuan dari pemilik hak cipta, orang lain tidak diperkenankan menggunakan karya tersebut. Lalu yang kedua ialah Hak Milik Prindustrian yang dimana merek merupakan salah satunya.

Merek (*trademark*) sendiri pada intinya ialah tanda untuk mengidentifikasi jasa dan asala barang (*an indication of origin*)<sup>2</sup>. Di dalam dunia bisnis merek dapat memberikan kemudahan bagi konsumen untuk mendapatkan sesuatu yang

---

<sup>1</sup> Prakoso, Djoko SH. 1987, *Perselisihan Hak Atas Merek Di Indonesia*, Liberty, Yogyakarta, hlm 1.

<sup>2</sup> AIPO, “*Brochur Trademark Application*”, Sydney, Australia, 1997, hlm 1-2.

diperlukan, selain itu merek dapat menjadi ciri khas atau yang membedakan antara satu produk dengan produk lainnya. Secara umum merek diketahui sebagai sebuah nama, tanda, istilah, simbol, desain, atau kombinasi dari semua unsur yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari satu penjual atau sekelompok pedagang dan untuk membedakannya dari para pedagang lainnya. Secara singkat merek ialah identitas unik yang melekat pada suatu produk atau jasa.

Suryodiningrat menyebutkan, merek adalah barang yang dibuat oleh pabrik dan dibungkus dengan tanda dan/atau kata-kata untuk membedakannya dari barang lain. Barang seperti ini juga dibuat oleh pengusaha lain. Tanda ini disebut merek perusahaan.<sup>3</sup> Merek juga salah satu komponen penting dalam melakukan bisnis dengan adanya merek, konsumen akan dapat lebih mudah mengidentifikasi suatu produk dari saingan lainnya<sup>4</sup>.

Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU Merek) Pasal 1 angka 1 merek ialah:

“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”.<sup>5</sup>

Dari ketentuan diatas maka merek dapat disimpulkan menjadi tanda atau angka, gambar, huruf, dan lainnya yang diempunyai oleh seorang untuk dipergunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa. Jika seseorang ingin menggunakan, memakai merek yang sudah ada dan/atau terdaftar, mereka harus memiliki izin dari pemilik hak merek. Merek diartikan sebagai unsur dari hak kekayaan intelektual, suatu hak yang lahir dari kreatifitas, imajinasi, kemampuan berfikir, pemegang merek, yang dihargai oleh negara karena hak kepemilikannya,

---

<sup>3</sup> Suryodiningrat, R.M., *Pengantar Ilmu Hukum Merek*, Pradya Paramita, Jakarta 1975, hlm 647.

<sup>4</sup> AT Indarto. (2016). Merek (Brand). Jurnal Universitas Atma Jaya. Hlm 7. Diakses dari (<https://ejournal.uajy.ac.id/10425/3/2EM19418.pdf>).

<sup>5</sup> Pasal 1 UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

dapat menggunakan merek mereka dengan catatan tanpa melanggar aturan penggunaan merek.<sup>6</sup>

Suatu kewajiban bagi negara melindungi suatu hak merek, dikarenakan merek merupakan sebuah karya ciptaan hasil kreasi intelektual seseorang. Pada merek ada juga yang menjadi unsur-unsur pembentuk esential merek seperti adanya suatu tanda, adanya unsur keunikan, dan dapat dipergunakan dalam aktivitas dunia perdagangan jasa atau barang.

Dalam praktiknya di luar maupun dalam negeri masih kerap terjadi sengketa mengklaim kepemilikan sebuah merek, hal inilah yang sering memunculkan masalah hukum. Indonesia sebagai salah satu negara yang berkomitmen yang sangat kuat terhadap perlindungan HaKI, Indonesia juga sudah lama berperan aktif dalam kerangka kerja regional maupun internasional di bidang tersebut<sup>7</sup>. Umumnya sengketa hak merek terjadi karena persamaan pada pokoknya atau prinsipnya bahkan ada juga sengketa dengan permasalahan hukum yang sama sepenuhnya dengan merek orang lain. Persamaan yang dimaksud persamaan pada sudut atau komponen – komponen yang ada didalam sebuah merek yang menjadikan merek tersebut sama mau itu dari bentuk logo, gambar, ataupun nama merek tersebut.

Memiliki kesamaan dalam menciptakan merek akan menimbulkan suatu kebingungan kepada konsumen tentang produk tersebut, karena perkembangan peniruan atau pembajakan merek-merek asing mulai tumbuh seiring dengan pertumbuhan ekonomi di indonesia yang dari lama telah mengadopsi sistem ekonomi terbuka.<sup>8</sup> Di Indonesia keberadaan hukum HaKI menganut sistem “*first to file*”, yang berakibatkan merek yang sudah lama ada di negara lain tidak dapat mendaftarkan mereknya di Indonesia. Hal ini terkadang menjadi masalah hukum dimana produsen lokal yang mendaftarkan merk terlebih dahulu akan merugikan produsen asing dengan merek mereka yang sudah terkenal dikarenakan tidak bisa

---

<sup>6</sup> Fazar Nurcahyo Dwi Putra, “*Pelindungan Hukum Bagi Hak Atas Merek Terhadap Perbuatan Pelanggaran Merek*”, Mimbar Keadilan, Jurnal Ilmu Hukum, Edisi Januari - Juni 2014, hlm. 98

<sup>7</sup> Lindsey, Tim, et.al, *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*, P.T. ALUMNI, Bandung, 2011, hlm 23.

<sup>8</sup> Maulana, Insan Budi, “*Perlindungan Merek Terkenal Di Indonesia Dari Masa Ke Masa*”, Citra Aditya Bakti, Cetakan Ke I Tahun 1999, hlm 4

menggunakannya sendiri. Selain itu, hal tersebut dapat menyebabkan ketidaksetaraan dan mencegah produsen asing untuk masuk ke Indonesia.

Pada awalnya merek digunakan sejak zaman kuno dimana pada periode *Minoan*. Di era yang sama bangsa Mesir sudah menerakan namanya untuk batu bata yang dibuat atas perintah Raja. Pertumbuhan industri yang pesat mendorong perusahaan untuk gencar beriklan demi memperkenalkan produk mereka. Dalam konteks ini, merek tidak hanya sekadar nama, tetapi juga menjadi penanda asal-usul dan identitas unik dari produsen suatu barang. Perkembangan industri yang signifikan ini memicu peningkatan penggunaan iklan sebagai sarana promosi produk. Konsekuensinya, fungsi merek dalam era modern berevolusi menjadi sebuah simbol yang secara jelas mengidentifikasi sumber atau asal-usul suatu produk, sekaligus membedakannya dengan produk pesaing.

Munculnya hukum merek modern terjadi pada abad pertengahan ke-19 dimana merek pertama kali diatur pada perjanjian internasional ialah *Paris Convention for the Protection of Industrial Property* tahun 1883 dan pada *Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPs)*. Yang dimana tertuang dalam basis aturan merek pada *Article 5 (2) Paris Convention* dan *Article 15 (1) and Article 16(1) TRIPs*.

Di Indonesia merek pertama kali diatur pada Undang-Undang No. 21 Tahun 1961 tentang Merek Dagang dan Merek Perniagaan, awalnya Indonesia menerapkan “*first to use system*” tetapi seiring perkembangannya dirasa sistem tersebut tidak efisien kemudian diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 Tentang Merek dimana sistem “*first to file*” pertama kali diterapkan. Pemakaian sistem ini dicanangkan agar lebih memberi kepastian hukum pada pemegang hak. “*irst to file system*” atau “*stelsel konstitutif*” artinya anggapan hukum timbul bahwa pemohon pertama yang mengajukan pendaftaran merek adalah pihak yang berhak atas merek tersebut, sampai terbukti sebaliknya.<sup>9</sup> Kemudian dalam perkembangannya mengalami perubahan menjadi Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

---

<sup>9</sup> Ibid. hlm 19

Pendaftaran HaKI berupa hak merek harus dilakukan dengan itikad baik guna mencegah terjadinya sengketa yang timbul di masa depan. Di Indonesia perlindungan merek adalah memberikan perlindungan atas merek terdaftar dengan itikad baik (*good faith*).<sup>10</sup> Pendaftaran ini juga sebagai tanda bukti kepemilikan atas hak merek tersebut dalam proses pendaftaran hak merek, baik itu seseorang, beberapa orang secara bersama, atau badan hukum mengajukan permohonan pendaftaran ini kepada Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (DJKI) sebagaimana yang terdapat pada ketentuan Pasal 7 Ayat (3) Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek<sup>11</sup>.

Tidak hanya diatur dalam undang-undang, Indonesia juga sudah meratifikasi konvensi internasional di bidang merek yang diterbitkan oleh *World Trade Organization* dimana dengan menandatangani *Final Act Embodying the Result of Uruguay Round of Multilateral Trade*. Dengan pengesahan tersebut Indonesia mulai meratifikasi *Paris Convention* melalui Keputusan Presiden (Keppres) Nomor 17 Tahun 1997 tentang Pengesahan *Trademark Law Treaty*. Dalam pendaftaran HaKI juga harus berdasarkan prinsip itikad baik, dimana prinsip itikad baik ini juga tidak sekedar muncul pada waktu permohonan pendaftaran merek yang menjadi salah satu alasan absolut, Akan tetapi itikad baik muncul guna menjadi dasar gugatan pembatalan hak merek menyangkut validitas merek terdaftar.

Prinsip itikad baik dalam perjanjian, sebagaimana diatur dalam Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdata, mengharuskan para pihak untuk bertindak secara layak dan patut. Pengajuan pendaftaran dengan syarat awal itikad baik juga merupakan persyaratan dalam mengajukan hak merek. Menurut Wirjono Prodjodikoro itikad baik menuntut tindakan yang didasarkan pada kejujuran dan keterbukaan.<sup>12</sup> Indonesia juga tidak lepas dengan sengketa perdagangan, dalam sengketa perdagangan yang kerap terjadi. Pengadilan Niaga berperan penting menyelesaikan permasalahan sengketa merek yang ada di Indonesia, dimana permasalahan yang

---

<sup>10</sup> *ibid*, hlm 94.

<sup>11</sup> Tunggal, Imam Sjahputr, et.al, *Hukum Merek Indonesia*, Harvarindo, 2005, hlm 7

<sup>12</sup> Wiryono Projodikor, *Hukum Dagang*, Pradnya Paramita, Bandung, 1983, hlm 46-47.

ada harus diselesaikan lewat Pengadilan Niaga. Pengadilan Niaga merupakan badan yang bertanggungjawab dalam persoalan sengketa HaKI tidak hanya ada di Indonesia, tetapi juga ada pada berbagai negara. Di Indonesia sendiri, apabila merek yang digunakan dengan sengaja dan tanpa hak itu sama pada pokoknya dengan merek terdaftar pertama milik pihak lain, maka sesuai ketentuan Pasal 91 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, dipidana dengan pidana penjara paling lama empat tahun dan/atau denda paling banyak delapan ratus juta rupiah.<sup>13</sup>

Dalam kasus kesamaan merek mau itu dari bentuk logo, gambar, ataupun nama merek kerap kali terjadi tindakan berupa peniruan atau menyerupai merek yang sudah ada. Tindakan meloloskan pendaftaran hak merek dari Direktorat Jendral kekayaan Intelektual(Selanjutnya disebut sebagai DJKI) yang mempunyai tugas dalam mengabsahkan suatu hak merek dari hasil pemikiran intelektual manusia harus menjadi atensi, tindakan DJKI ini membawa dampak merugikan terhadap salah satu pihak dari tindakan tersebut muncul suatu sengketa yang tertimpa pada brand ternama yaitu Polo Indonesia dengan Polo by Ralph Lauren.

Brand Polo Indonesia sendiri merupakan brand lokal yang memproduksi baju berdesain sporty hingga casual. Brand ini merupakan milik Bapak Mohindar HB. Dimana pada tahun 1986 peralihan merek Polo by Ralph Lauren berpindah kepada Mohindar dikarenakan beliau membeli merek tersebut berdasarkan dengan Akta Jual Beli (AJB). Beliau memiliki hak merek Polo by Ralph Lauren setelah mendapat surat pengalihan merek dari Jon Whiteley pada tahun 1986.<sup>14</sup> Tetapi pada tahun 1995 kepemilikan hak merek Polo by Ralph Lauren ini tidak lagi dipegang oleh Mohindar setelah mengetahui hasil putusan pengadilan yang dimana mohindar tidak lagi memegang hak merek, beliau langsung mendaftarkan hak atas merek yang dimilikinya ke DJKI, hingga berlaku sampai dengan 5 Juli 2003. Sedangkan Polo by Ralph Lauren sendiri sendiri telah berdiri sejak tahun 1967 yang bernama

---

<sup>13</sup> Abdulkadir Muhammad, 2021, *Hukum Perusahaan Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung, hlm. 456.

<sup>14</sup> Alifah, Henny. (2024, May 16). Brand Serupa Tapi Tak Sama, Polo Indonesia dan Polo Ralph Lauren Apa Bedanya?. *Beutynesia*. Diakses dari <https://www.beutynesia.id/fashion/brand-serupa-tapi-tak-sama-polo-indonesia-dan-polo-ralph-lauren-apa-bedanya/b-289689/3>.

awal Polo Fashion, merek ini muncul karna kecintaan sang pendiri terhadap olahraga polo.

Desain baju polo yang berkesan klasik dan elegan ini menjadi simbol kemewahan, kualitas, dan *sporty* sehingga terkenal di berbagai perusahaan sukses macam negara. Hal ini memang menjadi daya tarik sendiri dengan nama yang sudah terkenal dan produk yang sudah dikenal belahan dunia. Polo by Ralph Lauren Indonesia diketahui mendaftarkan mereknya pada sekitar tahun 2016.

Sengketa ini bermula pada 22 Agustus 2022 dimana Mohindar dari PT Polo Indonesia mengajukan gugatan terhadap Polo by Ralph Lauren yang ada di Indonesia. Karna dicurigai bahwa pada merek Polo by Ralph Lauren terdapat kemiripan logo yang digunakan PT Polo Indonesia di produknya, dimana logo yang dipakai Polo Indonesia ialah orang yang menunggai kuda seperti yang ada pada simbol olahraga Polo, tidak hanya dari simbol merek tersebut yang memiliki kesamaan dari bentuk produk. Kemiripan tersebut berlanjut hingga sampai model produk, terdapat banyak kesamaan yang signifikan. Dari kemiripan logo, produk merek tersebut dianggap sebagai tindakan tanpa itikad baik atas merek Polo Indonesia. kesamaan merek ini tentunya berdampak terhadap kestabilan persaingan harga di pasar global, Polo Indonesia merasa dirugikan terhadap tindakan itikad tidak baik yang dilakukan oleh Polo by Ralph Lauren, sehingga kasus sengketa merek tersebut didaftarkan ke Pengadilan Niaga Jakarta Pusat.

Pada akhirnya tindakan DJKI seperti meloloskan pendaftaran merek tersebut membawa dampak tidak sehat terhadap salah satu pihak. Polo Indonesia menyatakan bahwa merasa dirugikan karena adanya tindakan itikad tidak baik atas perilaku Polo By Ralph Lauren, dimana mulai dari produk hingga logo yang berindikasi ditiru dan tidak mendapatkan kepastian hukum serta dirasa tidak adanya perlindungan hukum dari negara selaku pemberi hak merek. Sedangkan Polo by Ralph Lauren sendiri merasa dirugikan dengan hadirnya Polo Indonesia yang meniru ide intelektualnya, Polo by Ralph Lauren merasa hak merek tidak terlindungi dan dicuri.

Atas dasar permasalahan hukum tersebut maka peneliti mengambil judul penelitian **“Perlindungan Hukum Pemilik Merek Terhadap Merek Yang Sama Atau**

**Serupa Di Indonesia (Studi Putusan Nomor 83/Pdt.Sus-Merek/2022/PN Niaga Jkt.Pst)**

**B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana pengaturan hukum yang dapat melindungi pemilik merek terhadap merek yang sama atau serupa di Indonesia?
2. Bagaimana penyelesaian sengketa merek yang sama atau serupa ditinjau dari Putusan Pengadilan Niaga Nomor 83/Pdt.Sus-Merek/2022/PN.Niaga.Jkt.pst?

**C. Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup penelitian ini memberikan fungsi agar karya ilmiah yang penulis lakukan memiliki batasan dalam melakukan penelitian agar pembahasan yang dilakukan penulis tidak keluar dari koridor rumusan masalah. Dalam penelitian ini penulis menggunakan Putusan Nomor: 83/Pdt.Sus-Merek/2022/PN Niaga Jkt.Pst, serta peraturan lainnya yang berkaitan dengan rumusan masalah sebagai acuan penulis dalam melakukan analisis guna mengkaji rumusan masalah yang disebutkan oleh penulis yaitu Bagaimana pengaturan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis dan bagaimana pengaturan hukum terhadap merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya dalam Putusan Nomor 83/Pdt.Sus-Merek/2022/PN Niaga Jkt.Pst.

**D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang telah disebutkan sebelumnya, tujuan penelitian ini ialah untuk mencapai sasaran yang hendak dicapai dalam melakukan penelitian yaitu:

1. Tujuan Umum
  - a. Untuk memberikan hasil penelitian yang bermanfaat tentang cara hukum yang mengatur berkaitan dengan masalah yang dibahas, yaitu Bagaimana Pengaturan merek yang memiliki prinsip kesamaan pada pokoknya menurut Undang-Undang Nomor Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis dan

Bagaimana Perlindungan hukum terhadap merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya dalam Putusan Nomor 83/Pdt.Sus-Merek/2022/PN Niaga Jkt.Pst.

- b. Untuk meningkatkan pola berpikir dan kesadaran masyarakat luas, dan untuk membantuk masyarakat atau pihak – pihak lainnya dalam kasus sengketa persamaan hak merek pada prinsipnya.
- c. Untuk mengetahui bagaimana hakim memutuskan sengketa hak merek berdasarkan keputusan yang dibuat oleh pengadilan.
- d. Untuk memberikan wawasan kepada masyarakat tentang persamaan merek pada pokoknya.

## 2. Tujuan Khusus

- a. Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh derajat strata satu pada Fakultas Hukum Universitas Kristen Indonesia.
- b. Sebagai pemenuhan tugas akhir.

## 3. Kegunaan Penelitian

Untuk menambahkan ilmu pengetahuan di bidang hak kekayaan intelektual terkhsusnya pada hak merek dalam hal persamaan merek pada pokoknya, juga menambah pengetahuan dan wawasan sebagai dasar untuk pemikiran oleh pelaku usaha, bisnis, dan pemerintah yang bermutu mengenai hukum yang melindungi kekayaan intelektual manusia dalam bersaing dan menjalankan usaha.

## E. Kerangka Teori dan Kerangka Konsep

### 1. Kerangka Teori

Dari Rumusan Masalah yang diangkat, maka bisa disimpulkan bahwa teori yang berkaitan dengan rumusan masalah tersebut adalah Teori Keadilan.

#### a. Perlindungan Hukum

Dalam suatu negara hukum dimana dijamin bahwa semua warga negara memiliki kedudukan yang sama atau setara di hadapan hukum, Satjiptio menjelaskan “hukum bertujuan menciptakan ketertiban dan keadilan dalam masyarakat dengan cara mengatur berbagai kepentingan

yang saling bertentangan”.<sup>15</sup> Hukum juga berperan sebagai penyeimbang berbagai kepentingan yang berbeda-beda dalam masyarakat. Maka perlindungan hukum bertujuan untuk memulihkan hak-hak individu yang telah dirampas dan memastikan keadilan bagi semua, hukum hadir untuk melindungi hak-hak dasar setiap individu dan mencegah terjadinya ketidakadilan.

Hukum juga memberikan ruang bagi setiap individu untuk memperjuangkan hak-haknya, namun dalam batas – batas yang telah ditentukan. Hal ini sejalan dengan konsep Hak Asasi Manusia (HAM). Bahwa HAM memberikan landasan bagi perlindungan hukum terhadap kepentingan individu, memungkinkan setiap orang untuk memperjuangkan hak-haknya. Satjipto Rahardjo menekankan bahwa tujuan utama penegakan hukum adalah mewujudkan keadilan, kepastian hukum, dan kesejahteraan masyarakat. Hukum berperan sebagai pedoman bagi masyarakat untuk berperilaku secara tertib dan teratur.<sup>16</sup>

Semua orang memiliki hak yang sama di bawah hukum, tanpa memandang status sosialnya, hukum harus melindungi hak-hak setiap individu secara adil dan merata. Namun hukum juga memiliki wewenang mutlak dalam mengatur dan melindungi hak-hak serta kepentingan masyarakat, hukum juga berperan sebagai penentu dan pelindung kepentingan bersama dalam masyarakat.

#### b. Penyelesaian Sengketa

Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Penyelesaian Sengketa (UU No. 30/1999), terdapat mekanisme alternatif penyelesaian sengketa di luar pengadilan. Mekanisme ini memungkinkan para pihak yang bersengketa untuk menyelesaikan perselisihan melalui prosedur yang disepakati bersama, seperti konsultasi, negosiasi, mediasi, konsiliasi, atau penilaian ahli.

---

<sup>15</sup> Satjipto Rahardjo , Ilmu Hukum, (Bandung: Citra Aditya Bakti,2000), hlm 69.

<sup>16</sup> Ibid hlm 14.

Penyelesaian sengketa umumnya dapat ditempuh melalui dua jalur utama, yakni litigasi dan non-litigasi. Proses litigasi yang bersifat adversarial seringkali menghasilkan keputusan yang tidak mengakomodasi kepentingan semua pihak, bahkan dapat memicu konflik baru dan memakan waktu yang lama. Sebaliknya, penyelesaian sengketa secara kooperatif di luar pengadilan cenderung menghasilkan kesepakatan yang saling menguntungkan, bersifat komprehensif, dan menjaga hubungan baik antara para pihak yang bersengketa.

Pruitt dan Rubin mengklasifikasikan strategi penyelesaian sengketa menjadi lima kategori, yaitu: berjuang untuk menang (*Contending*), berkompromi(*Yielding*), bekerja sama untuk menemukan solusi terbaik (*Problem Solving*), menghindari konflik (*With drawing*), atau tetap diam (*In action*).<sup>17</sup>

## 2. Kerangka Konseptual

### a. Perlindungan Hukum

Dalam pandangan Satjipto Rahardjo, Perlindungan hukum berfungsi sebagai penyeimbang berbagai kepentingan yang berbeda-beda dalam masyarakat. Perlindungan hukum hadir untuk memastikan bahwa kepentingan individu tidak bertentangan dengan kepentingan umum, sehingga tercipta tatanan sosial yang harmonis.<sup>18</sup>

### b. Penyelesaian Sengketa

Pruitt dan Rubin menyatakan bahwa, Konflik dapat ditangani dengan lima cara berbeda: mempertahankan pendapat sendiri (*Contending*), mengalah (*Yielding*), mencari solusi yang saling menguntungkan (*Problem Solving*), menghindari konflik (*With drawing*), atau tidak melakukan apa-apa sama sekali (*In action*).<sup>19</sup>

### c. Merek

Menurut UU Merek Pasal 1 angka 1 bahwa: “ialah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf,

<sup>17</sup> Dean G Pruitt, Konflik Sosial, Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2004, hlm. 4-6.

<sup>18</sup> Loc cit, hlm 69.

<sup>19</sup> Op cit. hlm 5.

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”.<sup>20</sup>

## F. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan serangkaian kegiatan dalam mencari kebenaran suatu studi penelitian , yang diawali dengan suatu pemikiran yang membentuk rumusan masalah sehingga menimbulkan hipotesis awal, dengan dibantu dan persepsi penelitian terdahulu, sehingga penelitian bisa diolah dan dianalisis yang akhirnya membentuk suatu kesimpulan.<sup>21</sup> Penelitian hukum dilakukan untuk menganalisis, memahami, dan mengembangkan ilmu hukum serta penerapannya dalam masyarakat yang membantu dalam menjawab permasalahan hukum yang sedang diteliti. Bentuk metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian hukum, terdapat beragam jenis pendekatan yang dapat digunakan. Macam pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh informasi dari berbagai sudut pandang terkait isu yang sedang dikaji. Beragama pendekatan tersebut menjadi dasar dalam penelitian hukum, Menurut Mukti Fajar dan Yulianto Achmad:

- a. Pendekatan peraturan perundangan
- b. Pendekatan kasus
- c. Pendekatan komparatif
- d. Pendekatan konseptual
- e. Pendekatan analitis
- f. Pendekatan filosofis

### 2. Jenis Data

---

<sup>20</sup> Pasal 1 UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

<sup>21</sup> Syafraida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian*, KBM INDONESIA, Jogjakarta, hlm 1

Bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer, sekunder dan tersier sebagai berikut:

- a. Bahan hukum primer, yaitu bahan hukum utama yang bersifat autoritatif, yakni bahan hukum yang mempunyai otoritas, dan mempunyai kekuatan mengikat berupa peraturan perundang-undangan dan segala dokumen resmi yang memuat ketentuan hukum. di dalam penelitian ini peraturan perundang-undangan yang digunakan adalah Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis serta peraturan perundangan yang sejenis lainnya. Selain itu penelitian ini juga menggunakan putusan pengadilan Nomor 83/Pdt.Sus-Merek/2022/PN Niaga Jkt.Pst sebagai studi kasus permasalahan yang terkait dengan Undang-Undang Merk.
- b. Bahan hukum sekunder, yaitu bahan yang berhubungan dengan bahan hukum primer dan berfungsi mendukung penelitian dalam menganalisis, memahami, serta menjelaskan bahan hukum primer. Contohnya meliputi teori para ahli, buku, jurnal, artikel, sumber dari internet, dan tesis.
- c. Bahan hukum tersier, yaitu sumber yang menyuguhkan uraian baik bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, misalnya ensiklopedia dan kamus.

### 3. Metode Pendekatan

Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah yuridis normatif, yakni penelitian yang dilakukan melalui kajian terhadap bahan pustaka atau penelitian kepustakaan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui proses pembuktian secara sederhana mengenai perlindungan hukum persamaan merek pada pokoknya.

### 4. Teknik Pengumpulan Data

Data penulisan yang sudah terkumpul menjadi salah satu informasi yang digunakan penulis dalam menjawab masalah hukum dalam penelitian dengan mengkaji atau menelaah terhadap hasil pengelahan data yang

diperoleh sebelumnya. Oleh sebab itu penulis menggunakan data bahan hukum sekunder berupa Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, putusan pengadilan, pendapat ahli hukum, buku, Publikasi tentang hukum, dan jurnal untuk kepentingan penelitian.

## 5. Analisi Data

Dimana penulis dalam meneliti menggunakan analisis data ialah kualitatif. Oleh sebab itu penulis menggunakan data bahan hukum primer berupa Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, putusan pengadilan, dan sekunder yaitu pendapat ahli hukum, buku, Publikasi tentang hukum, dan jurnal untuk kepentingan penelitian.

## G. Sistematika Penulisan

### BAB I PENDAHULUAN

Meliputi (a) Latar Belakang Permasalahan; (b) Rumusan Masalah; (c) Ruang Lingkup Penelitian; (d) Tujuan dan Kegunaan Penelitian; (e) Metode Penelitian; (f) Kerangka Teori dan Kerangka Konsep; (g) Sistematika Penulisan;

### BAB II TINJAUAN KEPUSTAKAAN

Meliputi tinjauan umum mengenai definisi Perlindungan hukum terhadap merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya dalam produk brand tersebut, dan penerapan prinsip system *first to file* atas hak merek pada brand tersebut setelah dilakukan pendaftaran.

**BAB III PENGATURAN HUKUM YANG DAPAT MELINDUNGI PEMILIK MEREK TERHADAP MEREK YANG SAMA ATAU SERUPA DI INDONESIA**  
Pada bab ini membahas gambaran secara umum dan terperinci tentang Rumusan Masalah Satu yaitu bagaimana pengaturan hukum yang dapat melindungi pemilik merek terhadap merek yang sama atau serupa di Indonesia

**BAB IV PENYELESAIAN SENGKETA MEREK YANG SAMA ATAU SERUPA DITINJAU DARI PUTUSAN NOMOR 83/Pdt.Sus-Merek/2022/PN Niaga Jkt.Pst.**

Pada bab ini menganalisis rumusan masalah kedua ialah Bagaimana Penyelesaian sengketa merek yang sama atau serupa ditinjau dari Putusan Pengadilan Niaga Nomor 83/Pdt.Sus-Merek/2022/PN.Niaga.Jkt.pst

## BAB V PENUTUP

Meliputi kesimpulan dan saran, yang menjelaskan tentang pokok permasalahan yang telah diuraikan.

