

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pasca reformasi terjadi perubahan yang sangat fundamental dalam pelaksanaan pemerintahan di Indonesia.¹ Termasuk di dalamnya produk-produk dagang di Indonesia yang semakin banyak macam pilihannya. Di mana Produk-produk yang diperdagangkan memiliki merek dagang, yang merupakan kekayaan intelektual yang dapat berupa hasil karya, cipta, dan merek maupun penemuan yang lain. Termasuk juga dengan nama, nama bisa menjadi suatu ciri yang bernilai jual bagi pedagang dalam bidang dagangnya dan juga menjadi pembeda dengan barang dan/atau jasa lainnya, sehingga pedagang berusaha memiliki hak menggunakan nama yang menjadi ciri khas dagangnya dengan cara mendaftarkan merek.

Suatu negara adalah institusi yang terbentuk dari keberadaan suatu kelompok manusia yang bertempat tinggal dalam suatu wilayah atau teritorial tertentu kemudian membentuk suatu peraturan-peraturan dalam rangka pengaturan hidup berkelompok seperti yang diinginkan bersama.² Termasuk di dalamnya pengaturan mengenai merek.

¹ Wirazilmustaan, Rahmat Robuwan, Rio Armanda Agustian, Jurnal Hukum Progresif., *Konsep Hubungan Kewenangan Antara Pemerintah Pusat Dan Pemerintah Daerah Dalam Bingkai Negara Kesatuan Dengan Corak Otonomi Luas*, Volume XII/No.2/ Tahun 2018

² Rio Armanda Agustian, Jurnal Hukum Progresif., *Desain Otonomi Daerah Dalam Kerangka Penegakan Sistem Pemerintahan Presidensial*, Volume XII/ No.2/ Tahun 2018

Seperti dijelaskan dalam Pasal 1 angka (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, memberikan pengertian bahwa merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 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.³

Menurut **Kartajaya** mendefinisikan merek ialah “Aset yang menciptakan nilai bagi pelanggan dengan meningkatkan kepuasan dan menghargai kualitas”⁴

Saat ini teknologi informasi dan komunikasi mendukung perkembangan macam-macam merek yang dikenal oleh masyarakat. Di masa globalisasi dan internasionalisasi saat ini dimana perkembangan ekonomi, sosial dan budaya telah menyebabkan pergaulan internasional menjadi tak terbatas.⁵ Masyarakat dapat mencari informasi keunggulan suatu merek tertentu sehingga konsumen dapat memilih produk dan/atau jasa yang diinginkan.

Bagi produsen, merek berfungsi sebagai jaminan nilai hasil produksi yang berhubungan dengan kualitas dan kepuasan konsumen. Dan karena itu, para produsen merek suatu produk akan bersaing untuk mendapatkan kepercayaan dari

³Pasal 1 angka (1), Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis

⁴Hermawan Kartajaya, *Brand Operation*, Esensi Erlangga Group, Jakarta, 2010, hlm. 62

⁵ Derita Prapti Rahayu, Jurnal Hukum Progresif:, *Hukum Perdata Internasional Indonesia Bidang Hukumkeluarga (Family Law) Dalam Menjawab Kebutuhan Global*, Vol. XII/No.1/ Tahun 2018

masyarakat selaku konsumen. Akibatnya, merek yang berkualitas dan dikenal luas oleh konsumen berpotensi untuk diikuti, ditiru, serta dibajak.

Kurangnya pengetahuan masyarakat secara benar mengenai hak atas kekayaan intelektual, hal ini dapat dilihat dari masyarakat masih rancu untuk memahami dan masih menganggap tidak ada permasalahan dalam peniruan merek. Padahal peniruan merek adalah tindakan curang dengan cara membonceng reputasi merek lain untuk menipu calon konsumen. Pelanggaran merek dilakukan dengan memasang merek, logo dan/atau nama persis dengan yang asli,. Hingga sekarang penggunaan merek yang mirip dengan merek lain yang sudah terdaftar sengaja dilakukan guna menimbulkan kesalahan persepsi di benak masyarakat dan tindakan persaingan yang tidak tepat ini sudah mulai marak. Modus pelanggaran merek telah bergerak ke tingkat yang lebih canggih.

Pengaturan peniruan merek secara implisit diatur pada Pasal 21 ayat (3) Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis. Isi ketentuan tersebut kurang lebih sama dengan Pasal 4 Undang-Undang Merek yang menyatakan bahwa permohonan pendaftaran merek harus ditolak jika diajukan oleh pemohon yang beritikad tidak baik.

Dalam dunia perdagangan terdapat perbedaan tingkat derajat merek tersebut dimulai dari merek biasa atau "*normal mark*", yang tergolong kepada merek biasa adalah merek yang tidak mempunyai reputasi tinggi. Merek yang masuk kategori ini boleh dikatakan kurang ikut berperan persaingan usaha dipasaran. Kemudian merek terkenal atau "*well-known mark*", merek jenis ini

memiliki reputasi tinggi karena lambangnya memiliki kekuatan untuk menarik perhatian. Dan yang tertinggi ialah merek termashur atau “*famous mark*”, derajat merek termashur lebih tinggi daripada merek biasa, sehingga jenis barang yang berada dibawah merek ini langsung menimbulkan sentuhan keakraban.

Merek terkenal sering menjadi obyek pelanggaran karena terkait dengan reputasi yang dimiliki oleh merek terkenal tersebut sehingga seringkali menggoda pihak-pihak lain yang beritikad buruk untuk membonceng dengan cara-cara yang melanggar etika bisnis, norma kesusilaan maupun hukum. Pelaku bisnis mempunyai tanggung jawab khusus. Melalui kode etik kepercayaan masyarakat akan suatu profesi dapat diperkuat, etika kewirausahaan merupakan dasar moral yaitu nilai-nilai tentang apa yang baik dan apa yang buruk, dan berkaitan dengan hak dan kewajiban setiap pelaku usaha. Dapat berfungsi Sebagai pedoman perilaku, sikap atau tindakan yang diterima dan diakui sehubungan dengan kegiatan manusia atau kelompok bisnis.⁶

Padaahal untuk membangun sebuah reputasi merek memerlukan biaya yang tidak sedikit dan waktu yang cukup lama serta hal lain yang juga tidak kalah penting bahwa reputasi yang baik akan menimbulkan kepercayaan diri konsumen. Melalui merek sebuah perusahaan telah membangun suatu karakter terhadap produk-produknya yang diharapkan akan dapat membentuk reputasi bisnis atas

⁶ Wirazilmustaan, dan Abdul Rasyid Saliman bin Mohd. Arsyad Midin., Jurnal Hukum Progresif., *Membangun Paradigma Baru Hukum Perusahaan Dan Etika Kewirausahaan*, Vol. XI/No.2/Tahun 2017

penggunaan merek tersebut. Karena itu, perusahaan-perusahaan cenderung berupaya untuk mencegah orang/perusahaan lain untuk menggunakan merek tersebut dalam produk-produknya.

Merek terkenal adalah merek yang memiliki reputasi sehingga seharusnya mendapatkan perlindungan lebih luas daripada merek biasa. Walaupun seharusnya merek terkenal menerima perlindungan lebih luas daripada merek biasa, baik Undang-Undang Merek maupun Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis tidak memberikan definisi tegas mengenai merek terkenal. Hal tersebut mengakibatkan penggolongan dan perlindungan merek terkenal menjadi kabur. Padahal menurut **Tim Lindsey** “sebuah merek dapat menjadi kekayaan yang sangat berharga secara komersial”⁷

Pemboncengan reputasi ini tidak hanya merugikan produsen sebagai pemilik merek terkenal suatu produk namun juga merugikan konsumen. Konsumen biasanya dalam memilih produk mereka lebih dahulu melihat mereknya dan biasanya merek yang terkenal memiliki kualitas produk yang baik pula. Dampak dari adanya peniruan merek ini konsumen akan mendapat barang dengan kualitas yang lebih rendah dari aslinya bahkan dapat membahayakan keselamatan ataupun kesehatan konsumen tersebut. Jadi dalam peniruan merek ada dua pihak yang dirugikan yaitu produsen atau pelaku usaha yang memiliki merek terkenal dan

⁷Tim Lindsey, *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*, P.T. Alumni, Bandung, 2005, hlm.131

konsumen sebagai pemakai produk terkenal disamping pada akhirnya akan merugikan iklim usaha di Indonesia sendiri.

Namun berbeda halnya jika dalam pendaftaran suatu merek dan dalam permohonan pendaftaran, merek yang didaftarkan berkaitan dengan barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendafrannya. Merek tersebut tidak bisa didaftarkan karena bertentangan dengan Pasal 20 huruf (b) Undang-Undang No 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dimana disebutkan bahwa merek tidak dapat didaftar jika sama dengan, berkaitan dengan, atau hanya menyebut barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendafrannya.

Salah satu contoh saya temukan dalam sengketa hak atas merek, mengenai merek “Kopitiam”. Bermula pada tahun 2010 pemilik merek terdaftar “KOPITIAM” yaitu Abdul Alex Soelystio melakukan gugatan pembatalan merek “KOK TONG KOPITIAM” yang dimiliki oleh Paimin Halim. Sengketa hak atas merek, mengenai merek “Kopitiam”. Bermula pada tahun 2010 pemilik merek terdaftar “KOPITIAM” yaitu Abdul Alex Soelystio melakukan gugatan pembatalan merek “KOK TONG KOPITIAM” yang dimiliki oleh Paimin Halim. Gugatan sengketa hak atas merek dagang ini dilakukan oleh Abdul Alex Soelystio, adapun dalam gugatannya dia meminta untuk pihak Paimin Halim membatalkan pendaftaran mereknya karena didalam merek tersebut terdapat kata yang telah menjadi merek terdaftar dari Abdul Alex Soelystio, yaitu “KOPITIAM”. Dan juga karena dia telah lebih dulu melakukan pendaftaran merek “KOPITIAM”. Gugatan

ini dimenangkan oleh pihak Abdul Alex Soelystio sebagai pemilik merek terdaftar “KOPITIAM”

Sebutan “KOPITIAM” atau Kopi Tiam adalah kedai kopi dan sarapan tradisional, banyak Kopi Tiam di berbagai negara termasuk di Indonesia. Di Indonesia, Kopi Tiam ada di kota Batam, Medan dan juga di Kota Pangkalpinang. Istilah Kopi Tiam berasal dari gabungan kata “Kopi” dalam Bahasa melayu dan kata “Tiam” yang berarti “Kedai” dalam Bahasa Hokkien, jadi kata “KOPITIAM” tak lain berarti kedai kopi. Jadi sebenarnya tak ada permasalahan bagi pelaku usaha untuk menggunakan kata “KOPITIAM” sebagai nama dari usahanya.

Dan seharusnya sebagai pelaku usaha kedai kopi tidak diperbolehkan menggunakan kata yang merupakan keterangan barang yang diperdagangkan dan merupakan kata yang bersifat umum. Hal ini melanggar ketentuan Pasal 20 huruf (b) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Tentu saja putusan dari gugataan tersebut bertentangan dengan asas kemanfaatan yang harus diperhatikan oleh hakim dalam menjatuhkan putusan. Majelis Hakim seolah menutup mata akan makna usaha “KOPITIAM” itu sendiri, seharusnya yang dipertimbangkan majelis hakim dalam putusannya adalah “KOPITIAM” secara keseluruhan, yaitu dari segi logo, penyajian, menu, dan cita rasa yang ditawarkan, tidak seharusnya mengkhususkan kata “KOPITIAM”.

Sengketa hak atas merek dagang ini sangat menarik, mulai dari proses permohonan pendaftaran merek sampai dengan penjatuhan putusan peninjauan

kembali oleh Mahkamah Agung Republik Indonesia terkait penyelesaian sengketanya.

Adapun putusan pada perkara perdata khusus Hak Kekayaan Intelektual pada Merek sebagai berikut :

1. Putusan Pengadilan Niaga di Pengadilan Negeri Medan Nomor 5/Merek/2010/PN.Niaga.Mdn tanggal 29 November 2010 menolak eksepsi Paimin Halim untuk seluruhnya;
2. Putusan Mahkamah Agung Republik Indonesia Nomor 261 K/Pdt.Sus/2011 tanggal 21 juni 2011 kembali menolak permohonan kasasi dari Paimin Halim dan Abdul Alex Soelystio adalah pemegang hak eksklusif atas kata “KOPITIAM”;
3. Putusan Mahkamah Agung Republik Indonesia Nomor 179 PK/PDT.SUS/2012 tanggal 20 Maret 2013 juga menolak permohonan peninjauan kembali oleh “KOK TONG KOPITIAM” yang dimiliki oleh Paimin Hallim.

Putusan MA RI Nomor 179 PK/PDT.SUS/2012 jo. Putusan MA RI Nomor 261 K/PDT.SUS/2011 jo. Putusan PN Medan Nomor 5/Merek/2010/PN. Niaga. Mdn ini dapat menimbulkan kerugian pemilik kedai kopi yang menggunakan unsur nama “KOPITIAM” sejak lama dengan akan dilarangnya mereka menggunakan nama itu lagi. Padahal nama “KOPITIAM” sudah menjadi ciri khas dari produk dagangnya. Contohnya di Kota Pangkalpinang, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, terdapat kedai-kedai kopi yang menggunakan nama “KOPITIAM” dalam

nama tempat usahanya, tentunya ini merugikan dengan adanya hak monopoli dari pendaftaran merek “KOPITIAM”, dan tentunya ini menarik untuk dibahas dalam skripsi, mengetahui apa dampak bagi pelaku usaha di Kota Pangkalpinang dengan terdaftarnya merek “KOPITIAM”

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan selanjutnya dituangkan dalam bentuk penulisan hukum dengan judul “Tinjauan Hukum Terhadap Pendaftaran Merek Dagang “Kopitiam” Yang Menggunakan Kata Milik Umum”(Analisis Yuridis Putusan MA. RI. No. 179 Pk/Pd.Sus/Pdt.Sus/2012 Jo.Putusan MA. RI. No. 261 K/Pdt.Sus/2011 Jo. Putusan Mdn No.5/Merek/2010/Pn.Niaga.Mdn).”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan deskripsi latar belakang dikemukakan di atas, dapat diidentifikasi beberapa masalah pokok sebagai berikut :

1. Bagaimana pertimbangan hakim dalam perkara Peninjauan Kembali Nomor. 179 Pk/Pd.Sus/Pdt.Sus/2012 Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis ?
2. Bagaimana analisis putusan hakim terhadap putusan Mahkamah Agung RI dalam perkara Peninjauan Kembali nomor. 179 Pk/Pd.Sus/Pdt.Sus/2012 ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang teridentifikasi di atas, dapat dikemukakan tujuan penelitian ini ialah :

1. Mengetahui pertimbangan hakim dalam perkara Peninjauan Kembali Nomor. 179 Pk/Pd.Sus/Pdt.Sus/2012 Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.
2. Mengetahui analisis putusan hakim terhadap putusan Mahkamah Agung RI dalam perkara Peninjauan Kembali nomor. 179 Pk/Pd.Sus/Pdt.Sus/2012.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang teridentifikasi di atas, dapat dikemukakan beberapa manfaat dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dalam hukum keperdataan, khususnya merek yang telah menjadi milik umum sebagai salah satu unsur yang melekat pada hak merek.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pembaca untuk mengetahui dan dapat memberikan inspirasi bagi masyarakat untuk menghargai suatu merek yang telah menjadi milik umum yang mengandung nilai ekonomi didalamnya, sehingga dalam hal tersebut tidak akan merugikan pihak-pihak terkait.

E. Landasan Teori

1. Perlindungan Hukum

Indonesia sebagai negara hukum berdasarkan Pancasila haruslah memberikan perlindungan hukum terhadap masyarakatnya, Menurut **Soetjipto Rahardjo**, bahwa perlindungan hukum adalah adanya upaya melindungi kepentingan seseorang dengan cara mengalokasikan suatu kekuasaan kepadanya untuk bertindak dalam kepentingannya tersebut. Selanjutnya dikemukakan pula bahwa salah satu sifat dan sekaligus merupakan tujuan dari hukum adalah memberikan perlindungan (pengayoman) kepada masyarakat. Oleh karena itu, perlindungan hukum terhadap masyarakat tersebut harus diwujudkan dalam bentuk adanya kepastian hukum.

Perlindungan hukum terdiri dari dua kata, yaitu perlindungan dan hukum. Perlindungan dapat di definisikan sebagai tempat berlindung, hal (perbuatan) memperlindungi, sedangkan hukum diartikan sebagai peraturan yang dibuat oleh pemerintah atau adat yang berlaku bagi semua orang di suatu masyarakat (negara), Undang-undang, peraturan untuk mengatur pergaulan hidup masyarakat, patokan (kaidah, ketentuan) mengenai peristiwa tertentu, keputusan yang ditetapkan oleh hakim (pengadilan), vonis. Oleh karena itu, elemen pokok negeri hukum adalah pengakuan dan perlindungan terhadap *fundamental rights* (tiada negara hukum tanpa pengakuan dan perlindungan terhadap *fundamental rights*).

Bentuk usaha perlindungan hukum atas hak eksklusif yang diberikan terhadap pemegang merek dagang merupakan suatu tolak ukur efektivitas peraturan Perundang-undangan tentang merek. Hakikat dari perlindungan hukum adalah jaminan bahwa jika hak atau suatu kepentingan dirugikan atau dilanggar akan ada kepastian tentang tersediannya pemulihan atas kerugian yang terjadi serta upaya-upaya hukum dalam rangka pemulihan tersebut itu secara yudisial atau non yudisial. Secara konseptual istilah perlindungan hukum mendeskripsikan suatu keadaan berupa kebebasan pada diri seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu dalam menikmati kebebasan tersebut. Jaminan tersebut penting artinya karena jika proses penikmatan atas kebebasan tersebut terganggu, yang bersangkutan berhak mengajukan suatu tuntutan supaya gangguan dihentikan dan kerugian dapat diganti.⁸

Menyangkut perlindungan hukum terhadap merek dapat diklasifikasikan dua jenis perlindungan hukum yaitu perlindungan preventif dan perlindungan represif. Perlindungan hukum preventif adalah bentuk perlindungan hukum yang diberikan oleh lembaga pendaftaran merek terhadap merek yang terdaftar karena dengan melakukan pendaftaran, pemilik merek akan memperoleh hak eksklusif atas penggunaan merek tertentu atau untuk memberikaan izin kepada pihak lain

⁸Titon Slamet Kurnia, *Sistem Hukum Di Indonesia*, Mandar Maju, Bandung, 2016, hlm 151

untuk menggunakannya selama jangka waktu tertentu serta mendapatkan perlindungan hukum dari negara.⁹

Perlindungan hukum represif adalah perlindungan hukum yang diberikan kepada pemegang hak merek terhadap keputusan tentang pendaftaran merek yang dikeluarkan.

2. Teori Hak Kekayaan Intelektual

Hak Kekayaan Intelektual adalah hak-hak secara hukum yang berhubungan dengan permasalahan hasil penemuan dan kreativitas seseorang atau beberapa orang yang berhubungan dengan perlindungan permasalahan reputasi dalam bidang komersial (*commercial reputation*) dan tindakan / jasa dalam bidang komersial (*goodwill*). Sedangkan menurut **Adrian Sutedi** Hak Kekayaan Intelektual adalah “hak atau wewenang atau kekuasaan untuk berbuat sesuatu atas kekayaan intelektual tersebut dan hak tersebut diatur oleh norma-norma atau hukum-hukum yang berlaku.”¹⁰

Ada tiga teori terkait dengan pentingnya sistem Hak Kekayaan Intelektual dari perspektif ilmu hukum, yaitu :¹¹

1. *Natural Right Theory*
2. *Utilitarian Theory*

⁹Achmed Zen Purba, *Hak Kekayaan Intelektual Pasca TRIPs*, Bandung, Alumni, 2005, hlm.

¹⁰Adrian Sutedi, *Hak Atas Kekayaan Intelektual*, Jakarta, Sinar Grafika, 2009, hlm. 38

¹¹Tomi Suryo Utomo, *Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di Era Global : Sebuah Kajian Kontemporer*, Yogyakarta, Graha Ilmu, 2009, hlm 10

3. *Contact Theory*

Obyek utama dari Hak Kekayaan Intelektual adalah karya, ciptaan, hasil buah pikiran, atau intelektualita manusia. Dari kata “intelektual” tercermin bahwa obyek kekayaan intelektual tersebut adalah kecerdasan, daya pikir, atau produk pemikiran manusia, setiap manusia memiliki hak untuk melindungi atas karya hasil cipta, rasa dan karsa setiap individu maupun kelompok.¹²

3. **Merek**

Merek merupakan bentuk perlindungan Hak Kekayaan Intelektual yang paling dekat dengan kehidupan masyarakat. Barang atau jasa apapun yang kita butuhkan, lebih sering disebut dengan nama dagangnya ketimbang nama generiknya. Merek adalah penanda identitas dari sebuah produk barang atau jasa yang ada dalam perdagangan. Namun tidak hanya sebagai identitas semata, merek juga berperan penting mewakili reputasi tidak hanya produknya, namun juga penghasil dari produk barang/ atau jasa yang dimaksud. Salah satu hal yang memegang peranan penting dalam pemasaran adalah merek. Merek mempengaruhi persepsi konsumen terhadap produk dan/atau jasa yang akan dibeli atau dinikmati konsumen.

Terdapat enam tingkat pengertian merek menurut **Surachman**¹³

¹²Aris Armuninggar, Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia, *Korelasi Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) Dengan Perlindungan Hukum Pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) Batik Khas Surabaya Di Kedung Asem Surabaya*, Vol 3, No 2 Tahun 2016.

¹³ Surachman, *Dasar-dasar Manajemen Merek*. Malang, Banyumedia Publishing, 2008 hlm 3

Hak merek adalah bentuk perlindungan Hak Kekayaan Intelektual yang memberikan hak eksklusif bagi pemilik merek terdaftar, untuk menggunakan merek tersebut dalam perdagangan barang atau jasa, sesuai dengan kelas dan jenis barang atau jasa untuk mana merek tersebut terdaftar. Pendaftaran merek memberikan hak terhadap pemilik merek untuk melarang siapapun untuk menggunakan merek yang sama dengan merek terdaftar miliknya.

F. Metode Penelitian

Penelitian merupakan sarana yang dipergunakan oleh manusia untuk memperkuat, membina serta mengembangkan ilmu pengetahuan. Ilmu pengetahuan yang merupakan pengetahuan yang tersusun secara sistematis dengan penggunaan kekuatan pemikiran, pengetahuan mana senantiasa dapat diperiksa dan ditelaah secara kritis, akan berkembang terus atas dasar penelitian-penelitian yang dilakukan oleh pengasuh-pengasuhnya. Hal itu terutama disebabkan, oleh karena penggunaan ilmu pengetahuan bertujuan, agar manusia lebih mengetahui dan mendalami.¹⁴

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah jenis penelitian hukum yuridis normatif, yaitu penelitian yang mengkaji mengenai hukum yang diartikan sebagai norma hukum tertulis, asas-asas

¹⁴ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta, Penerbit Universitas Indonesia, 2008 hlm 3

hukum, sistematika hukum, taraf sinkronisasi hukum, perbandingan hukum maupun sejarah hukum. Secara sederhana penelitian hukum normatif adalah metode penelitian yang dipergunakan dengan cara meneliti bahan pustaka yang ada. Dan dengan menggunakan metode penelitian dari studi pustaka (semua bahan diperoleh dari buku-buku dan/atau jurnal) dan wawancara di lapangan guna untuk menunjang pembahasan. Di dalam penelitian ini akan digambarkan mengenai tinjauan yuridis bagaimana yuridis bagaimana sifat pendaftaran merek, analisis putusan, dan pertimbangan hukum dan pengendalian oleh Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual terhadap pembatalan merek.

2. Metode Pendekatan

Pendekatan kasus (*case approach*) dilakukan dengan cara melakukan telaah terhadap kasus-kasus yang berkaitan dengan isu yang dihadapi yang telah menjadi putusan pengadilan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap, dapat berupa kasus yang terjadi di Indonesia maupun di negara lain.¹⁵ Dan juga pendekatan ini merupakan penelitian secara teoritis, analitis, dan empiris menyoroiti pengaruh gejala sosial lain terhadap hukum. Pendekatan ini menganalisis tentang bagaimana reaksi dan interaksi yang terjadi ketika sistem norma itu bekerja di masyarakat.

¹⁵ Darwance, Jurnal Hukum Progresif; *Penerapan Prinsip Kehati-Hatian Perbankan (Prudential Banking) Dalam Proses Penyaluran Kredit Perbankan Di Indonesia*, Vol. XI/No.2/Tahun 2017

Penelitian ini akan berpijak pada ketentuan-ketentuan hukum merek sebagai petunjuk untuk melihat permasalahan yang terjadi di masyarakat untuk ditarik suatu kesimpulan guna mengembangkan suatu pemikiran dalam penelitian.

3. Sumber Bahan Hukum

Dalam penelitian ini menggunakan sumber data sebagai berikut:

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer, yaitu bahan-bahan hukum yang isinya mempunyai kekuatan mengikat kepada masyarakat. Dalam penelitian ini, bahan hukum primer, antara lain diambil dari :

- a) Undang-Undang No.20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis
- b) Putusan Mahkamah Agung RI No. 179 PK/PDT.SUS/2012
- c) Putusan Mahkamah Agung RI No. 261 K/PDT.SUS/2011
- d) Putusan Pengadilan Negeri Medan No. 5/Merek/2010/PN.Niaga.
Mdn

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder yang digunakan dalam penelitian ini yaitu buku-buku mengenai merek, buku hak kekayaan intelektual dan hasil-hasil penelitian atau pendapat para ahli yang berhubungan dengan Hak Kekayaan Intelektual, merek dan pendaftaran merek dagang.

c. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier yaitu bahan yang memberikan petunjuk dan penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder.

Dalam penelitian ini bahan hukum tertier antara lain : kamus, ensiklopedia dan Wikipedia (dari internet).

4. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum

Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data primer yaitu dengan dilakukannya wawancara secara langsung baik melalui lisan dan/atau tulisan kepada beberapa pemilik Kopitiam yang ada di Kota Pangkalpinang, dan juga kepada Kementrian Hukum dan HAM di bidang Hak Kekayaan Intelektual. Dalam wawancara ini akan diajukan beberapa pertanyaan kepada narasumber, dimana pertanyaan disusun secara sistematis, jelas dan terarah sesuai dengan isu hukum yang diangkat dalam penelitian ini. Dan Teknik pengumpulan data sekunder, diperoleh dari dua metode pengumpulan data dalam penelitian ini, yaitu studi pustaka dimana dilakukan pengkajian informasi tertulis mengenai hukum yang berasal dari berbagai sumber yang dipublikasikan secara luas. Dan studi dokumen, ialah pengkajian informasi tertulis mengenai hukum yang tidak dipublikasikan secara umum tapi boleh diketahui oleh pihak tertentu.¹⁶

¹⁶ Abdulkadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum*, Bandung, PT Citra Aditya Bakti, 2000, hlm 81

5. Analisis Bahan Hukum

Analisis Bahan Hukum yang dipakai dalam penelitian ini adalah yuridis normatif, yaitu pengkajian tentang pertimbangan-pertimbangan hukum dari hakim yang mengadili dan memberikan putusan dalam kaitannya dengan hukum yang berlaku di masyarakat saat ini, sehingga penulis dapat mengambil kesimpulan dan menjawab persoalan yang diteliti dalam skripsi ini.

