

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industrial di berbagai bidang produksi saat ini tidak diikutidengan penghargaan akan hak kekayaan intelektual. Hasil kemampuan intelektual manusia melahirkan berbagai temuan dalam bidang industry dan teknologi. Hasil intelektual manusia juga yang menghasilkan tanda pembeda antara produk barang atau jasa yang diproduksi oleh produsen, sehingga memudahkan konsumen untuk membedakan masing-masing barang atau jasa yang diproduksi oleh para produsen tersebut.

Krisis ekonomi yang berkepanjangan seperti saat ini membuat beberapa banyak produsen yang mengakali dengan menggabungkan barang bermerek yang asli dengan yang palsu atau bajakan, karena yang palsu tersebut secara fisik mirip dengan yang asli. Pemanfaatan merek terkenal pada saat sekarang mulai marak, hal tersebut tidak lain karena ingin mencari keuntungan yang besar yang akan diperoleh apabila menggunakan merek terkenal.

Merek sebagai salah satu dari bagian Hak Kekayaan Intelektual yang memiliki peranan sangat penting karena dengan menggunakan merek atas barang-barang dan/atau produk-produk yang diproduksi, dapat membedakan asal-usul mengenai produk barang dan jasa. Merek juga digunakan dalam dunia periklanan dan pemasaran. Publik sering mengaitkan suatu image, kualitas atau reputasi barang dan jasa dengan merek tertentu dimana merek dapat menjadi kekayaan yang sangat berharga secara komersial, dan karena

adanya merek tersebut, dapat membuat harga-harga suatu produk menjadi mahal bahkan bernilai.

Merek merupakan bagian dari hak kekayaan intelektual. Hak kekayaan *atau Intellectual Property Right* merupakan hak yang berasal dari hasil kegiatan kreatif suatu kemampuan daya pikir manusia yang diekspresikan kepada umum dalam berbagai bentuk, yang memiliki manfaat serta berguna dalam menunjang kehidupan manusia, juga mempunyai nilai ekonomi. Bentuk nyata dari kemampuan karya intelektual tersebut berupa bidang teknologi, ilmu pengetahuan, seni dan sastra. Namun kepemilikan atas merek terutama yang berbentuk logo, gambar atau sejenisnya, berpotensi bermasalah di kemudian hari apabila si pemilik merek tidak mendaftarkan logo tersebut untuk mendapatkan hak atas merek dan hak cipta sekaligus. Bisa saja terjadi logo tertentu didaftarkan sebagai merek oleh seseorang sementara ada juga orang lain mendaftarkannya sebagai hak cipta.

Berdasarkan konsideran dalam Undang-undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, pada era perdagangan global seperti sekarang ini, peranan pendaftaran merek disini sangat penting dalam menjaga persaingan usaha yang sehat, perlindungan konsumen, serta perlindungan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, dan industri dalam negeri. Kesadaran pentingnya merek bagi pengembangan bisnis, meskipun telah disadari bagi kebanyakan pengusaha, namun sampai saat ini masyarakat masih kurang menyadari akan hal tersebut oleh kalangan pengusaha mikro dan kecil kurang menyadari pentingnya mendaftarkan

merek yang mereka hasilkan. Padahal dengan mendaftarkan hak merek atas produknya dapat memberikan kepastian hukum terhadap produk tersebut dan pastinya mendapatkan perlindungan hukum. Perlindungan hukum di Indonesia saat ini ditandai dengan peningkatan gerakan perlindungan hukum terhadap Hak Kekayaan Intelektual, tepatnya pada merek.

Pengusaha mikro-kecil pada umumnya sudah sadar membuat nama usaha, namun mereka belum sadar untuk mendaftarkannya ke Ditjen HKI sehingga hal ini mengandung kerawanan di masa depan terhadap produk usahanya. Banyak kejadian, setelah usaha mereka sukses di masyarakat, para pesaing begitu mudah membajak nama usahanya sehingga mereka mengalami kerugian dan tidak bisa mengajukan gugatan ke Pengadilan akibat mereknya belum terdaftar di Ditjen HKI. Ditambah lagi dalam hal kepemilikan hak merek, berlaku prinsip pendaftaran pertama (first to-file) sehingga pihak yang pertama kali mendaftarkan mereknya, itulah yang berpeluang memiliki merek tersebut. Banyak alasan mengapa banyak industri memanfaatkan merek-merek terkenal untuk produk-produknya, salah satunya adalah agar mudah dijual, selain itu merek tak perlu repot-repot mengurus nomor pendaftaran ke Dirjen HKI atau mengeluarkan uang jutaan rupiah untuk membangun citra produknya (brand image). Mereka tidak perlu repot-repot membuat divisi riset dan pengembangan untuk dapat menghasilkan produk yang selalu up to date, karena mereka tinggal menjiplak produk orang lain dan untuk pemasarannya biasanya “bandar” yang siap untuk menerima produk jiplak tersebut.

Secara ekonomi memang memanfaatkan merek terkenal mendatangkan keuntungan yang cukup besar dan fakta dilapangan membuktikan hal tersebut, selain itu juga didukung oleh daya beli konsumen yang pas-pasan tetapi ingin tampil trendi. Ada banyak cara untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup. Salah satunya adalah dengan membeli barang-barang bermerek. Barang-barang dengan merek tersebut tentunya selalu dibandrol dengan harga yang tinggi. Akhirnya, masyarakat seringkali mengambil jalan pintas dengan membeli versi palsu dari merek tersebut agar tetap terlihat bergaya.

Terdapat alasan “Sosiologis” yang dimana Sikap masyarakat yang kerap kali memilih “jalan pintas” dalam memenangkan persaingan. Seperti saat ini membuat beberapa banyak produsen yang mengakali dengan menggabungkan barang bermerek yang asli dengan yang palsu atau bajakan, karena yang palsu tersebut secara fisik mirip dengan yang asli. Pemanfaatan merek terkenal pada saat sekarang mulai marak. Secara ekonomi memang memanfaatkan barang terkenal mendatangkan keuntungan yang cukup besar dan fakta dilapangan membuktikan hal tersebut.

Ada banyak cara untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup, salah satunya adalah dengan membeli barang-barang bermerek. Barang-barang dengan merek tersebut tentunya selalu dibandrol dengan harga yang tinggi. Akhirnya, masyarakat seringkali mengambil jalan pintas dengan membeli versi palsu dari merek tersebut agar tetap terlihat bergaya.

Seperti yang terjadi di salah satu pasar dan tokoh grosir yang berada di Makassar yang memiliki ribuan celana jeans bermerek “Lois” yang palsu

atau merupakan merek tiruan, polisi mengetahui peredaran pakaian dengan merek tiruan ini atas laporan legal officer merek Lois Trademark. Penindakan ini dilakukan karena pemilik merek Lois Trademark merasadirugikan.

Di Indonesia Hak Kekayaan Intelektual sudah diatur dalam peraturan perundang-undangan, salah satunya pengaturan tentang merek. Pengaturan tentang merek di Indonesia telah mengalami empat kali perubahan dengan penggantian Undang-Undang (selanjutnya disingkat UU) secara umum perkembangan pengaturan merek di Indonesia adalah sebagai berikut. Peraturan tentang merek pertama yang dibuat oleh pemerintah adalah UUNo. 21 tahun 1961 tentang Merek Perusahaan dan Merek Perniagaan. Sebelumnya, Indonesia menggunakan UU merek Kolonial tahun 1912 tentang Merek. Kemudian pada tahun 1997, pemerintah melakukan pembaharuan dengan mengeluarkan UU No. 14 tahun 1997 tentang perubahan atas Undang-Undang No. 19 tahun 1992 tentang Merek, dan UU No. 15 tahun 2001, dan terakhir diubah melalui Undang-undang No.20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Jadi jika ditelaah bahwa merek merupakan bagian dari HaKI yang sudah ada sejak zaman Indonesia merdeka.

Dalam hal ini juga terdapat alasan “Filosofis” tersebut terdapat di Konstistusi Tertinggi yaitu Pancasila sila ke-2 (Kedua) yaitu Kemanusiaan Yang Adil Dan Beradab sila. Alasan tersebut tidak jauh dari dari 45 butir pancasila sila ke-2 menjunjung tinggi nilai Kemanusiaan dan sila ke-5 (Kelima) yaitu Keadilan Sosial Bagi Seluruh Rakyat Indonesia. Alasan

tersebut tidak jauh dari 45 butir pancasila sila ke-5 yang berbunyi Tidak Menggunakan Hak Milik Untuk Usaha-usaha yang bersifat Pemerasan Terhadap Orang lain.

Untuk melahirkan sebuah karya atau menciptakan suatu kreasi dari manusia membutuhkan tenaga, pikiran dan juga biaya serta pengorbanan waktu. Hasil kreativitas dan karya manusia tersebut dapat bermanfaat dan mempunyai nilai ekonomi oleh karena itu butuh perlindungan hukum. Pada umumnya persaingan adalah baik, sebab dapat mendorong pengusaha untuk menambah hasil produksi, mempertinggi mutu/kualitas barang, memperlancar produksi dalam dunia perdagangan yang pada akhirnya tidak hanya menguntungkan pengusaha/produsen, tetapi juga menguntungkan konsumen, masyarakat, bangsa dan Negara. Tetapi bila persaingan itu sudah sampai pada suatu keadaan, dimana pengusaha yang satu berusaha menjatuhkan lawannya untuk keuntungan sendiri tanpa mengindahkan kerugian yang diderita oleh pihak lain, maka inilah titik awal dari keburukan suatu komperatif yang menjurus pada pelanggaran hukum.

Jadi berdasarkan hal tersebut dengan adanya perlindungan hukum itu, patutlah aparat penegak hukum memberikan rasa aman kepada penemu/pencipta, pendesai yang telah mengeluarkan biaya, waktu, serta tenaga yang dihasilkannya. Sehingga ia juga diberikan penghargaan sebagai imbalan atas upaya kreatifitas dan keterampilannya.

Meningkatnya penggunaan merek dalam fungsi yang modern, yaitu sebagai tanda pengenal untuk produk perusahaan yang satu dengan yang lain dan sebagai jaminan kualitas (*a guarantee of quality*) atau mutu

barang. Isu hukum terbesar dalam dunia merek adalah “ mengapa dalam merek ada persyaratan hukum tanda dengan daya pembeda?” persyaratan tanda pembeda muncul dalam merek mengingat merek adalah definisi hukum untuk membedakan barang dan/ atau jasa dari perusahaan satu terhadap barang dan/ atau jasa perusahaan lainnya. Jadi tujuan merek adalah untuk membedakan barang dan/atau jasa dari perusahaan satu terhadap perusahaan lainnya untuk membedakan sumber (*distinguish source*) yang memungkinkan konsumen untuk membedakan sumber suatu produk. Merek dari suatu barang dan/atau jasa yang dihasilkan dapat menghalangi segala upaya persaingan yang tidak jujur dari pengusaha yang lain yang berupaya maupun beriktikad tidak baik yang bermaksud untuk mendompleng reputasi dan mengambil pembeda dari merek terkenal.

Iktikad tidak baik dikenal sebagai syarat substantif dalam hukum merek Di Indonesia alasan absolut (*absolute grounds*) tidak diterimanya pendaftaran merek tercantum dalam Pasal 4 UU NO. 15 tahun 2001 yang menetapkan bahwa: “Merek tidak dapat didaftar atas dasar permohonan yang diajukan oleh pemohon yang beriktikad tidak baik. Pada hakikatnya pelaksanaan hak atas merek ini kebanyakan tidak sesuai dengan apa yang ditentukan dan ditetapkan oleh undang-undang. Sehingga menimbulkan kerugian bagi pemilik atau pencipta merek.

Seperti diketahui bahwa dalam dunia bisnis banyak persaingan yang terjadi, dan itu adalah sesuatu yang wajar. Tapi menjadi tidak wajar jika kompetisi dilakukan secara kurang sehat, dimana kompetitor bertindak

merugikan pihak lain, baik secara langsung maupun tidak. Penyamaran atau kamufase sering dilakukan oleh pemasar karena strategi ini cukup ampuh.

Bahkan Theodore Levitt dalam artikelnya "*Innovative Imitation*" (inovatif palsu) menyebut, penyamaran dapat lebih menguntungkan ketimbang melakukan inovasi. Penyamaran atau peniruan biasanya dilakukan *follower* (Pengikut) terhadap merek-merek yang sudah terkenal, market leader yang image-nya sangat bagus. Tujuannya, agar merek itu dapat terlihat menarik di mata konsumen karena memiliki karakteristik yang hampir serupa dengan yang ditirunya.

Tidak sedikitnya merek yang melakukan strategi ini akhirnya berhasil. So Klin salah satunya. Ketika pertama kali diluncurkan, kemasan dan warna produk ini serupa dengan Rinso. Secara otentik pengertian merek diatur dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang merevisi Undang-Undang sebelumnya yaitu Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek yang menyebutkan bahwa Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, warna, kata, huruf- huruf, angka-angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dan 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 dapat dicantumkan pada barang, atau pada bungkus barang atau dicantumkan secara tertentu pada hal-hal yang bersangkutan dengan jasa (Pasal 1 angka 1 UU No 20 Tahun 2016). Berdasarkan pengertian

tersebut dapat dikatakan merek berguna sebagai daya pembeda antara merek dagang atau jasa yang satu dengan lainnya yang sejenis. Pasal 2 ayat (2) Undang- Undang Nomor 20 Tahun 2016, Merek dibedakan menjadi 2 (dua) yaitu merek dagang dan merek jasa. Merek dagang adalah merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersarna-sama atau badan hukum yang membedakan dengan barang sejenis lainnya.

sedangkan merek jasa adalah merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersarna-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa sejenis lainnya. Berdasarkan hal tersebut maka merek memegang peranan penting dalam dunia bisnis.

Hal ini berkaitan dengan meningkatnya sektor perdagangan secara pesat dan bahkan telah menernpatkan dunia bisnis sebagai pasar tunggal bersarna. Meskipun demikian, yang terjadi di lapangan tidak sebagaimana yang diharapkan dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek yang sebagaimana telah dirubah dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, yaitu masih banyak ditemukan pelanggaran, misalnya merek baru yang membonceng popularitas merek lain yang sebelumnya sudah ada lebih dahulu.

Adanya perlindungan tersebut menunjukkan bahwa negara berkewajiban dalam menegakkan hukum merek. Oleh karena itu apabila ada pelanggaran merek terdaftar, pemilik merek dapat mengajukan gugatan ke

Pengadilan, dengan perlindungan tersebut maka akan terwujud keadilan yang menjadi tujuan dan hukum.

Adanya perlindungan hukum maka pemilik merek yang sah terlindungi hak-haknya. Sejak berlakunya Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek, sistem pendaftaran merek diubah menjadi sistem konstitutif, berhubung sistem konstitutif lebih menjamin kepastian hukum daripada sistem deklaratif. Berdasarkan sistem pendaftaran tersebut di atas, dapat dikatakan bahwa yang pertama kali mendaftarkan, merekalah yang mempunyai hak atas merek tersebut, akan tetapi dalam prakteknya tidak terjadi seperti yang seharusnya. hal ini dapat dilihat pada kasus sengketa dua pengusaha asal minang yang berebut nama dagang "SEDERHANA" yang masing- masing mengaku memiliki sertifikat atas merek jasa tersebut dan Dirjen Kekayaan Intelektual (Dirjen KI).

Tingkat konsumtif yang besar yang membuat industri lain memanfaatkan merek terkenal untuk mendapatkan keuntungan dan menjadikan merek terkenal dengan cara menirukan atau memalsukan merek tersebut. Peredaran barang palsu atau imitasi (selanjutnya disebut KW) sudah banyak beredar di pasaran, maraknya peredaran barang palsu tersebut membuat banyak pihak resah. Perbuatan yang menimbulkan kerugian ini merupakan perbuatan pelanggaran terhadap merek. Setiap pengusaha dapat saja mengembangkan usahanya untuk mempropagandakan barang-barang produksinya untuk memperluas pasar, tetapi usaha tersebut hendaklah dilakukan dengan jujur dan tidak melanggar hak-hak orang lain.

Timbulnya kerugian terhadap pemilik merek tersebut sangatlah penting dan sepatutnya untuk dilindungi oleh hukum. Dalam TRIPs (*Trade Related Intellectual Properties*) disebutkan bahwa, Negara anggota wajib melaksanakan ketentuan tentang penggunaan merek sebagai upaya untuk melindungi konsumen sebagai korban peniruan merek. Misalnya dalam kasus Nike di Indonesia, Mahkamah Agung RI berpendapat, bahwa menggunakan merek terkenal di dunia internasional tanpa izin dapat juga menggelabui konsumen, seolah-olah barang yang dipalsukan mereknya tersebut barang asli, padahal barang tiruan tersebut mungkin mutunya lebih rendah dari barang aslinya. UU No.15 tahun 2001 telah mengatur tentang perlindungan merek, akan tetapi pada kenyataannya masih banyak terjadi pelanggaran terhadap merek di Indonesia adapun juga perubahan menjadi Undang-Undang Merek No. 20 tahun 2016.

Penemu/ pencipta/ pendesain yang telah mengeluarkan waktu, biaya, serta tenaga untuk menghasilkan karya intelektualnya harus memperoleh kembali apa yang telah dikeluarkannya. Perlindungan atas Hak Kekayaan Intelektual merupakan alat pembangunan ekonomi. Sebuah Negara yang system perlindungan Hak Kekayaan Intelektualnya berjalan dengan baik, maka pertumbuhan ekonominya akan baik pula. Budaya hukum sangat erat hubungannya dengan kesadaran hukum dan diwujudkan dalam bentuk perilaku sebagai cermin kepatuhan di dalam masyarakat.

Mengenai alasan “Yuridis” adanya kekaburan hukum atau norma samar. Karena dalam Undang-undang merek dalam hal pendaftaran merek Indonesia yaitu tidak adanya persyaratan secara detail pada merek dan

menimbulkan adanya multitafsir pemahaman mengenai merek terkenal dan persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya. Dalam hal tersebut pada Merek yang akan didaftarkan harus memiliki daya pembeda dari merek-merek lainnya yang diharapkan menjadi keunikan yang mencerminkan orisinalitas sebuah produk tersebut.

Salah satu kelemahannya terdapat Pasal 4 ayat (4) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang menyatakan untuk melampirkan label merek. Label merek dalam penjelasan Pasal 4 ayat (4) adalah contoh merek atau etiket yang dilampirkan dalam permohonan pendaftaran merek. Hanya dengan melampirkan contoh merek atau etiket saja kurang memenuhi kejelasan atas identitas merek yang akan didaftarkan. Label merek yang dilampirkan sebaiknya memenuhi unsur-unsur seperti nama panjang merek dan singkatan, logo. Jadi pada intinya, harus dapat menceritakan tentang sebuah asal muasal didapatnya nama merek tersebut yang akan didaftarkan, yaitu arti nama merek, sejarah singkat nama merek, keterangan-keterangan lain yang mendukung keorisinalan merek yang akan didaftarkan dan menjelaskan apa perbedaan mereknya dengan merek-merek lain.

Dan juga terdapat multitafsir mengenai merek terkenal dan persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dalam Undang-undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis hanya menjelaskan mengenai pengertian persamaan pada pokoknya saja. Tidak dijelaskan apakah persamaan pada pokoknya itu merupakan satu kesatuan dengan persamaan keseluruhannya atau tidak. Dari Hal ini penting karena persamaan pada

pokoknya atau keseluruhannya sebagai syarat untuk menyatakan apakah suatu merek memiliki kemiripan dengan merek lainnya, dengan kata lain sebagai pembanding antara dua merek

Berdasarkan dengan pemaparan tersebut maka Penulis dapat menyempurnakan penulisan proposal skripsi dengan menarik sebuah judul **“PELANGGARAN TERHADAP MEREK TERKENAL YANG DITIRU OLEH PELAKU USAHA DALAM PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS “**

ORISNALITAS PENELITIAN

No	Nama Penelitian dan Asal Instansi	Judul dan Tahun Penelitian	Rumusan Masalah
1.	<p>Nama Penelitian : TERONGO DAYA RAHMA TAFONAO</p> <p>Asal Instansi: Universitas Medan Area</p>	<p>Judul Skripsi : TINDAK PIDANA PENGUNAAN MEREK YANG SAMA DENGAN MEREK YANG SUDAH TERDAFTAR MILIK PIHAK LAIN</p> <p>Tahun Penelitian: 2019</p>	<p>1. Bagaimana aturan hukum yang mengatur tindak pidana penggunaan merek yang sudah terdaftar milik pihak lain?</p> <p>2. Bagaimana faktor-faktor penyebab terjadinya pendaftaran merek yang sama dengan merek yang sudah terdaftar</p>

			milik pihak lain?
2.	<p>Nama Penelitian :</p> <p>SRI KARINA</p> <p>Asal Instansi :</p> <p>UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA</p>	<p>Judul Skripsi:</p> <p>PENEGAKAN HUKUM TERHADAP PELAKU TINDAK PIDANA PEMALSUAN MEREK PADA KEMASAN OLI FEDERAL</p> <p>Tahun penelitian :2019</p>	<p>1. Bagaimana modus pelaku pemalsuan merek pada kemasan oli federal?</p> <p>2. Bagaimana penegakan hukum terhadap pelaku pemalsuan merek pada kemasan oli federal?</p>

1. Dari penelitian skripsi saudara Terongo Daya Rahmat Tafoanoa dengan judul Tindak Pidana Penggunaan Merek Yang Sama Dengan Merek Yang Sudah Terdaftar Milik Pihak Lain. Tahun Penelitian: 2019 terdapat sebuah perbedaan yaitu dimana saudara Terongo Daya Rahmat Tafoanoa dalam penulisan skripsinya isinya lebih menjurus ke merek

yang sama dan yang terdaftar sementara isi dari proposal skripsi saya lebih menjurus pada peniruan merek terkenal yang sudah terdaftar.

2. Penelitian Sri karina dengan judul Penegakan hukum terhadap pelaku tindak pidana pemalsuan merek pada kemasan oli federal Lebih mengarah pada Satu produk Oli sementara isi proposal skripsi saya lebih ke peniruan produk secara umum.

1.2 Rumusan Masalah.

Adapun rumusan masalah ini menjadi salah satu pokok permasalahan yang dapat dikemukakan oleh penulis yaitu:

- a. Bagaimana tanggung jawab bagi pelaku usaha yang meniru merek terkenal?
- b. Bagaimana perlindungan hukum bagi pemilik merek terkenal yang ditiru?

1.3 Tujuan Penelitian Skripsi

Adapun tujuan dari penelitian skripsi ini meliputi :

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana tanggungjawab bagi pelaku usaha yang meniru merek terkenal?
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana perlindungan hukum bagi pemilik merek terkenal yang ditiru?

1.4 Manfaat Penelitian.

Suatu penelitian akan bernilai dan dihargai apabila penelitian skripsi tersebut dapat memberikan manfaat yang tidak hanya bagi peneliti sendiri, tetapi juga bagi orang lain. Adapun manfaat yang diharapkan dapat diambil dalam penelitian ini ialah sebagai berikut :

1.4.1 Secara teoritis Melalui penelitian ini diharapkan mampu sebagai sumbangan baik kepada ilmu pengetahuan pada umumnya maupun kepada ilmu hukum pada khususnya. Dalam hal ini pengetahuan ilmu hukum yang khusus tersebut ialah hal-hal yang berhubungan dengan Hukum Tindak pidana pemalsuan merek dalam perdagangan dan upaya penanggulangannya.

1.4.2 Secara praktis Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat bagi kepentingan Negara, bangsa, masyarakat. sebagai dasar dalam menetapkan perumusan kebijakan publik selanjutnya dalam rangka meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat mengenai pemalsuan merek produk. Serta dapat bermanfaat dan berguna bagi saya sendiri sebagai peneliti Dan khususnya bagi civitas akademika Fakultas Hukum Universitas Wiraraja madura yang menerapkan penelitian hukum ini.

1.5 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu cara kerja bagaimana untuk menemukan hasil, memperoleh atau menjalankan suatu kegiatan untuk mendapatkan hasil yang konkrit, menggunakan suatu metode dalam melakukan suatu penelitian merupakan suatu ciri khas dari suatu ilmu pengetahuan maupun teknologi, sedangkan penelitian hukum yaitu suatu proses untuk menemukan aturan hukum guna untuk menjawab isu hukum yang dihadapi.

1.5.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam Penelitian skripsi ini yaitu Yuridis Normatif. Secara umum penelitian norma yuridis dipahami hanya

merupakan penelitian hukum yang membatasi pada norma-norma yang ada di dalam peraturan perundang-undangan. Sedangkan penelitian hukum normatif lebih luas.¹ Tipe penelitian tersebut digunakan oleh Penulis yang bertujuan untuk menyelesaikan Penelitian Skripsi ini. Jenis penelitian Normatif yaitu jenis penelitian yang menekankan pada peraturan perundang-undangan yang berlaku. Kenapa mengambil alasannya Penelitian hukum normatif tidak selalu berkonotasi sebagai penelitian norma yuridis.

1.5.2 Pendekatan Penelitian

- A. Pendekatan perundang-undangan (statute approach) Menurut Peter Mahmud Marzuki Pendekatan perundang-undangan (statute approach) dilakukan dengan menelaah semua peraturan perundang-undangan dan regulasi yang bersangkutan paut dengan isu hukum yang sedang ditangani.² Pendekatan perundang-undangan ini misalnya dilakukan dengan mempelajari konsistensi/kesesuaian antara Undang-Undang Dasar dengan Undang-Undang, atau antara Undang-Undang yang satu dengan Undang-Undang yang lain. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam Penelitian skripsi ini menggunakan yaitu dengan mengkaji aturan hukum bagaimana pemidanaan bagi pelaku pemalsuan merek sehingga mengambil pendekatan nomatif ini memerlukan sumber yang sangat banyak dan dilengkapi dengan data-data yang bersifat sekunder.

¹<https://business-law.binus.ac.id/2019/08/25/penelitian-hukum-normatif-dan-penelitian-hukum-yuridis>

² <http://e-journal.uajy.ac.id/11855/4/MIH024323.pdf>.

B. Pendekatan konseptual (conceptual approach) menurut Peter Mahmud Marzuki yang dimaksud dengan pendekatan konseptual adalah pendekatan yang beranjak dari pandangan dan doktrin yang berkembang di dalam ilmu hukum.³ Dengan mempelajari pandangan-pandangan doktrin-doktrin didalam ilmu hukum, peneliti akan menemukan ide-ide yang melahirkan pengertian-pengertian hukum, konsep-konsep hukum dan asas-asas hukum yang relevan dengan isu yang dihadapi.

1.5.3 Sumber Bahan Hukum

Bahan hukum merupakan sarana untuk memecahkan suatu masalah yang ada di dalam suatu penelitian. Bahan hukum yang di peroleh diharapkan dapat menunjang penulisan skripsi ini, bahan hukum yang di gunakan yaitu:

1.5.3.1 Sumber hukum primer

Bahan hukum primer merupakan bahan hukum yang bersifat autoritatif artinya mempunyai otoritas. Adapun sumber bahan hukum primer yang digunakan dalam penelitian skripsi ini adalah :

- a. Undang-Undang Dasar Republik Indonesia 1945
- b. Undang-undang No.20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis
- c. Undang-undang No. 15 Tahun 2001 Tentang Merek
- d. Kitab Undang-undang Hukum Pidana
- e. Kitab Undang-undang Hukum Perdata

³ <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/9992/4/BAB%20III.pdf>.

1.5.3.2 Sumber hukum sekunder

Bahan hukum sekunder merupakan bahan hukum yang bersifat membantu atau menunjang bahan hukum primer dalam penelitian yang akan memperkuat penjelasan di dalamnya. Diantara bahan-bahan hukum sekunder dalam penelitian ini adalah *buku-buku, skripsi, jurnal* dan dokumen-dokumen yang mengulas tentang penertiban tindak pidana penebangan pohon secara liar yang nantinya akan dijadikan sebagai analisis dalam penelitian ini.

1.5.4 Teknik Penelusuran Bahan Hukum

Penelitian ini menggunakan teknik penelusuran bahan hukum dilakukan dengan studi kepustakaan. Studi kepustakaan merupakan serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan bahan, membaca, mencatat serta mengolah bahan hukum yang akan digunakan. Kegiatan pengumpulan informasi dari berbagai sumber baik dari Undang-Undang, buku, skripsi, jurnal atau dari media elektronik misalnya internet. Setelah semua bahan hukum dikumpulkan maka dipilih sesuai dengan permasalahan yang ada serta disusun secara berurutan hingga diperoleh sesuatu kebenaran yang dipergunakan untuk membahas permasalahan.

1.5.5 Teknik Analisis Bahan Hukum

Analisis yang digunakan dalam skripsi ini dianalisis dengan menggunakan analisis kualitatif normatif yaitu suatu teknik penelitian yang tidak menggunakan pengolahan bahan hukum dan dalam bentuk uraian kalimat atau penjelasan data secara menyeluruh. Kemudian dianalisis dengan menggunakan preskriptif yakni menganalisis permasalahan berdasarkan

aturan yang ada. Dan yang terakhir dianalisis dengan teknik deduktif yaitu mengkaji permasalahan dari umum ke khusus.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran secara menyeluruh mengenai sistematika penulisan, maka penulis menggunakan sistematika penulisan hukum. Adapun sistematika penulisan terdiri dari tiga Bab. Adapun sistematika penulisan yang merupakan sebuah metode atau urutan dalam menyelesaikan sebuah skripsi, yang diurut sebagai berikut:

1.6.1 BAB I PENDAHULUAN

Dalam BAB I berisi tentang Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan.

1.6.2 BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam BAB II berisi tentang pengertian dan konsep yang berkaitan dengan judul dan permasalahan yaitu Pengertian pelanggaran, jenis-jenis pelanggaran, unsur-unsur tindak pidana, pengertian merek, jenis-jenis merek, unsur-unsur merek, fungsi merek, manfaat merek, hak atas merek, prinsip-prinsip merek dan faktor peniruan terhadap merek.

1.6.3 BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam BAB III hasil pembahasan berisi tentang pembahasan dari permasalahan yang diangkat oleh penulis yaitu bagaimana tanggung jawab bagi pelaku usaha yang meniru merek terkenal dan bagaimana perlindungan hukum bagi pemilik merek terkenal yang ditiru.

1.6.4 BAB IV PENUTUP

Penutup yang merupakan bab terakhir dalam skripsi yang berisi tentang kesimpulan dan saran

