

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan dunia bisnis di Indonesia semakin melaju, tidak dapat dipungkiri pula persaingan usaha pasti semakin meningkat. Hal ini disebabkan oleh pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan terutama dalam bidang teknologi yang memberikan dampak signifikan pada tatanan ekonomi masyarakat. Era globalisasi ini menuntut pedagang untuk memiliki kreativitas agar dapat tetap bertahan. Kini peranan dari Hak Atas Kekayaan Intelektual sangatlah penting untuk dijadikan pedoman.

Dalam kondisi persaingan pasar saat ini seringkali terjadi persaingan yang bersifat negatif, dan terkadang tidak memperhatikan nilai moral dalam berdagang. Nilai persaingan yang tinggi ini bahkan tidak hanya terjadi di Indonesia saja, tetapi juga merambah di luar negeri. Apabila pelaku usaha siap dalam menghadapi hambatan ini maka dapat mempertahankan posisinya, begitu pula sebaliknya bila tidak memiliki kesiapan, maka akan tersingkir. Jika tidak ada sebuah aturan yang ditegakkan, maka cita-cita seluruh masyarakat tidak dapat dicapai dan dapat menyebabkan merosotnya ekonomi negara.

Melihat adanya permasalahan tersebut dibutuhkan suatu kepastian, yang dapat memberikan perlindungan, serta dapat digunakan sebagai aturan penegakan hukum dikemudian hari apabila ditemui suatu sengketa. Munculnya konsep rancangan kekayaan atas karya intelektual manusia pada hakikatnya memiliki

akibat timbulnya suatu keinginan untuk menjaga dan mempertahankan kekayaannya.

Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat sekarang ini, sehingga mendorong masyarakat untuk lebih kreatif dalam mencapai setiap kebutuhannya. Dalam mencapai kebutuhan tersebut masyarakat dapat melakukan banyak usaha, diantaranya berdagang barang ataupun jasa. Dalam dunia perdagangan terdapat hal yang cukup penting, yakni merek.

Merek memegang peranan penting dalam dunia perdagangan. Pasalnya, Merek pada suatu barang/jasa dapat diumpamakan sebagai identitas. Hal tersebut karena merek merupakan identitas yang dipakai untuk mempresentasikan atau memperkenalkan suatu barang dan perusahaan yang memproduksinya.<sup>1</sup> Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.

Menurut M. Yahya Harahap dalam bukunya menerangkan bahwa merek terkenal memiliki 2 (dua) terminologi hukum yang digunakan, yaitu "*well-known marks*" yang ditafsirkan sebagai "merek terkenal", dan "*famous marks*" yang ditafsirkan sebagai "merek termasyhur".<sup>2</sup> Merek dalam dunia perdagangan

---

<sup>1</sup> Muhammad Abdulkadir, "Kajian Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual", Cipta Aditya Bakti, Bandung, 2001, h. 68.

<sup>2</sup> M. Yahya Harahap, "Tinjauan Merek secara Umum dan Hukum Merek di Indonesia", Citra Aditya Bakti, Bandung, 1996, h. 82.

digunakan untuk membedakan barang/jasa bagi satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Merek sangat penting dalam dunia periklanan dan pemasaran karena publik sering mengaitkan suatu image, kualitas, atau reputasi barang dan jasa dengan suatu merek tertentu.<sup>3</sup> Dalam hal ini Merek berfungsi sebagai daya pembeda antara suatu barang atau jasa tertentu antara satu produsen dengan produsen lain sebagai kompetitornya.

Merek dengan “*brand-image*” nya menjadi tanda pengenal atau daya pembeda yang teramat penting dan merupakan jaminan kualitas produk atau jasa dalam suasana persaingan bebas. Sehingga Merek dipandang sebagai aset ekonomi bagi pemiliknya yang dapat menghasilkan keuntungan besar.<sup>4</sup>

Karena fungsi Merek yang besar dampaknya terhadap suatu produk barang/jasa, sehingga timbul kebutuhan akan perlindungan hukum. Perlindungan Merek sendiri di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Hak Atas Merek dapat diperoleh dengan cara melakukan pendaftaran Merek. Pendaftaran Merek di Indonesia dilakukan berdasarkan sistem *First to File*, yakni pihak yang mendaftarkan Mereknya merupakan pihak satu-satunya yang berhak atas suatu Merek dan pihak lainnya harus menghormati hak tersebut sebagai hak mutlak.<sup>5</sup>

Dalam Pendaftaran Merek dimungkinkan dilakukan penolakan terhadap Merek apabila terbukti bahwa Merek tersebut memiliki persamaan pada pokoknya

---

<sup>3</sup> *Ibid.*

<sup>4</sup> Direktorat Jenderal Industri Kecil Menengah Departemen Perindustrian, “*Perlindungan Merek di Indonesia*”, Dirjen IKM Departemen Perindustrian, Jakarta, 2007, h. 2.

<sup>5</sup> Muhamad Djumhana dan Djubaedillah, “*Hak Milik Intelektual, Sejarah, Teori, dan Praktiknya di Indonesia*”, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2014, h. 256.

dengan Merek yang dimohonkan pendaftaran oleh orang lain untuk barang/jasa sejenisnya, hal ini secara tegas disebutkan dalam Pasal 21 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Namun, dalam praktiknya kerap kali terjadi *double registration* dimana Merek yang seharusnya ditolak, diterima hingga dapat menjadi suatu Merek yang sah. Hal ini tentu menimbulkan kerugian terhadap Pihak pertama sebagai pemilik Merek yang sah. Atas problematika tersebut yang menjadi perhatian adalah kelalaian proses kearsipan dalam pendaftaran Merek.

Dalam kondisi persaingan pasar saat ini seringkali terjadi persaingan yang bersifat negatif, dan terkadang tidak memperhatikan nilai moral dalam berdagang. Nilai persaingan yang tinggi ini bahkan tidak hanya terjadi di Indonesia saja, tetapi juga merambah di luar negeri. Apabila pelaku usaha siap dalam menghadapi hambatan ini maka dapat mempertahankan posisinya, begitu pula sebaliknya bila tidak memiliki kesiapan, maka akan tersingkir. Jika tidak ada sebuah aturan yang ditegakkan, maka cita-cita seluruh masyarakat tidak dapat dicapai dan dapat menyebabkan merosotnya ekonomi negara.

Merek merupakan suatu penanda yang digunakan dalam perusahaan terutama proses produksi untuk membedakan barang. Maksudnya ialah merek dapat mendeskripsikan barang atau jasa tersebut yang sekaligus sebagai pembeda barang dan jasa yang satu dengan lainnya. Kerapnya pemberian merek juga dapat memunculkan persepsi sosial pada masyarakat mengenai manfaat barang atau jasa tersebut. Pasal 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis memuat mengenai isi pengertian merek yang berbunyi:

“Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.”

Merek memiliki kontribusi yang penting pada sebuah produk, salah satunya mempengaruhi penilaian konsumen terhadap produk perusahaan yang diciptakan dengan merek tersebut. Merek dapat menjembatani harapan dan rasa kepercayaan konsumen terhadap suatu produk atau jasa yang dikeluarkan perusahaan.<sup>6</sup> Oleh karena itu merek merupakan aset penting bagi pemiliknya, karena mampu menghasilkan keuntungan besar.

Demikian diketahui pentingnya merek, maka terhadapnya diberikan perlindungan hukum, yakni upaya melindungi kepentingan seseorang atau badan hukum dengan menggunakan Hak Asasi Manusia untuk berperan dalam kepentingan tersebut.<sup>7</sup> Terdapat dua macam perlindungan hukum yaitu perlindungan hukum terhadap merek terdaftar secara *preventif* atau mencegah terjadinya pelanggaran yang diatur dalam Pasal 20 dan Pasal 21 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Serta perlindungan hukum secara *represif* yaitu bila terjadi pelanggaran terhadap merek yang diatur dalam Pasal 100 sampai dengan Pasal 103 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Berdasarkan Pasal 4 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, setiap merek yang digunakan pada jasa ataupun barang

---

<sup>6</sup> Darmadi Duriyanto, Sugiarto, Tony Sitinjak, “*Strategi Menaklukan Pasar*”, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2001, h. 1-2.

<sup>7</sup> Adrian Sutedi, “*Hak Atas Kekayaan Intelektual*”, Sinar Grafika, Jakarta, 2013, h. 92.

haruslah terdaftar terlebih dahulu pada Direktorat Jenderal Merek Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia. Setiap merek yang didaftarkan harus memiliki daya pembeda yang digunakan untuk membedakannya dengan merek lain.

Fungsi daya pembeda adalah untuk mengetahui apakah ada persamaan pada pokoknya dengan merek lain. Hal ini yang menjadi alasan diterima atau tidak diterimanya pendaftaran suatu merek. Penjelasan Pasal 21 ayat (1) Undang-Undang Nomor: 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menerangkan bahwa ‘persamaan pada pokoknya’ adalah kemiripan yang diakibatkan karena unsur yang dominan pada merek.

Kemiripan berupa bentuk, cara penempatan, cara penulisan, atau kombinasi antara unsur, serta persamaan pelafalan. Kemiripan menurut Rahmi Jened juga mendeskripsikan kemiripan sebagai persamaan seluruh elemen yang sesuai dengan doktrin *entires similar* atau sama keseluruhan elemen.<sup>8</sup>

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, sekarang ini terutama di era pandemi *Covid-19*, banyak masyarakat Indonesia kehilangan pekerjaan formal lalu beralih pada bisnis mandiri. Tumbuhnya dunia bisnis di Indonesia sejalan dengan banyaknya jumlah permohonan pendaftaran merek pada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual yang selanjutnya disebut DJKI. Dilansir dari [konsultanhki.com](http://konsultanhki.com), pada awal pandemi hingga bulan Juni 2020 saja ada sekitar 35.900 (tiga puluh lima ribu sembilan ratus) permohonan pendaftaran baru.<sup>9</sup> Jumlah sebanyak itu sangat memungkinkan muncul merek-merek memiliki

---

<sup>8</sup> Rahmi Jened, “*Hukum Merek (Trademark Law): Dalam Era Global Dan Integrasi Ekonomi*”, Prenadamedia, Jakarta, 2016, h. 180.

<sup>9</sup> Agung Indriyanto, “*Statistik Permohonan Merek ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual dari Tahun 2017 - 2020*”, <http://www.konsultanki.com/2021/09/statistik-permohonan-merek-ke.html>, Online, Diakses pada 20 November 2023, pukul 17.54.

persamaan pada pokoknya satu sama lain, baik dengan merek lain yang akan didaftarkan ataupun merek lama yang sudah terdaftar.

Menurut Kansil Hak Milik Intelektual dalam ilmu hukum dibagi menjadi beberapa kelompok yaitu :<sup>10</sup>

Hak Cipta (*Copy Right*), Hak Kekayaan Industri (*Industrial Property Rights*) yang mana Hak Kekayaan Industri tersebut terdiri dari Paten (*Patent*), Merek (*Trademarks*), Desain Industri (*Industry Design*), Penanggulangan Praktik Persaingan Curang (*Repression of Unfair Competition*), Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu (*Layout Design of Integrated Circuit*), Rahasia Dagang (*Trade Secret*).

Sedangkan penilaian terhadap merek tersebut masih dilakukan dengan tenaga manusia memungkinkan adanya kekeliruan, sehingga bisa terjadi merek baru diterima pendaftarannya walaupun memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek yang lebih dulu terdaftar. Hal itu kemudian memungkinkan timbulnya sengketa merek yang berakhir dengan gugatan ke pengadilan oleh pihak yang dirugikan.

Di Indonesia sendiri sudah beberapa kali terjadi sengketa merek, terutama mengenai sengketa antar merek yang memiliki persamaan pada pokoknya. Salah satu perkara yang banyak diketahui publik adalah kasus sengketa merek pasta gigi ini bermula dari keberatan Hardwood Private Limited yang merupakan induk dari Orang Tua Group di Indonesia. Orang Tua menyatakan tidak terima dengan penggunaan merek Pepsodent Strong oleh Unilever karena penggunaan merek kata "Strong" sudah didaftarkan sebagai merek milik produk pasta giginya, Formula "Strong".

---

<sup>10</sup> C.S.T., Kansil, "*Hak Milik Intelektual (Hak Milik Perindustrian dan Hak Cipta)*", Cetakan Pertama, PT. Sinar Grafika, Jakarta, 1997, h. 98.

Bahwa Hardwood sudah mendaftarkan merek "Strong" di Ditjen Hak Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM dengan Nomor: pendaftaran IDM000258478. Pendaftaran merek tersebut masuk dalam kelas 3 (tiga) yaitu pasta gigi, produk untuk membersihkan gigi palsu, obat gosok gigi, obat kumur bukan untuk keperluan medis, larutan kumur bukan untuk keperluan medis. Perusahaan asal Singapura itu kemudian melayangkan gugatan ke PN Jakarta Pusat pada 29 Mei 2020 dengan Nomor: perkara 30/Pdt.Sus-HKI/Merek/2020/PNJKT.Pst dengan tergugat PT. Unilever Indonesia Tbk. Pada persidangan 18 November 2020, majelis hakim PN Jakarta Pusat memenangkan Hardwood dan menyatakan merek "Strong" adalah bukan milik Unilever sesuai dengan ketentuan hukum di Indonesia.

Bahwa akhir dari sengketa kasus merek yang sama pada pokoknya Hardwood Private Limited yang mengajukan upaya Peninjauan Kembali dengan Nomor: 22 PK/Pdt.Sus-HKI/2022 dan memperoleh hasil yaitu majelis hakim Menolak permohonan peninjauan kembali dari Pemohon Peninjauan Kembali Hardwood Private Limited, sehingga PT Unilever Indonesia Tbk tidak terbukti melanggar dan bisa memakai kata "Strong".

Pada inti pertimbangan hakim adalah Bahwa kata "Strong" bukanlah kata temuan Penggugat dan kata tersebut mengandung arti "kuat" atau merupakan kata keterangan, didasarkan pada fakta hukum bahwa kata "Strong" yang ada pada merek Tergugat adalah kata keterangan pada merek Pepsodent milik Tergugat, Bahwa kata "Strong" tersebut tidak berdiri sendiri, oleh karena itu bukan merupakan pelanggaran merek, Bahwa merek Pepsodent milik Tergugat dengan

menggunakan kata “Strong”, telah terdaftar pada tanggal 25 September 2019 dengan Nomor: Pendaftaran DID2019056670 dalam kelas 3 (tiga) dan tanggal 1 Oktober 2019 dengan Nomor: Pendaftaran DID2019057948 dalam kelas 3 (tiga), dimana merek terdaftar dihitung sejak *filing date*.

Dari kasus ini penulis ingin melihat bagaimana awal terjadinya sengketa, hingga putusan penyelesaian sengketa tersebut sehingga terhadap merek yang sama pada pokoknya menemui kepastian hukum. Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, penulis tertarik untuk mengangkat suatu judul penelitian “Pertanggung Jawaban Hukum Pemakaian Merek Dagang Yang Persis Pada Pokoknya Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (Studi Kasus Putusan Nomor: 22 PK/Pdt.Sus-HKI/2022)”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat diuraikan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penyelesaian sengketa merek penggunaan kata “Strong ” antara Formula dengan Pepsodent ?
2. Bagaimana pertimbangan majelis hakim dalam memutuskan perkara Nomor: 22 PK/Pdt.Sus-HKI/2022 ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada pokok permasalahan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui ketentuan klasifikasi hak merek pada kelas 3 (tiga) tentang penggunaan kata “Strong” antara Formula dengan Pepsodent.

2. Untuk mengetahui kepastian hukum terhadap suatu merek sehingga tidak dikatakan persis dengan lainnya.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khasanah ilmu hukum terutama dalam pertanggungjawaban terhadap batasan merek sehingga tidak dikatakan persis dengan lainnya.

2. Secara Praktek

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan atau referensi bagi praktisi untuk penegakan hukum dan membuat argumentasi hukum dalam penanganan suatu kasus khususnya pertanggungjawaban terhadap batasan merek sehingga tidak dikatakan persis dengan lainnya.

#### **1.5 Tinjauan Pustaka**

Pada bagian ini akan dikemukakan landasan konseptual, yuridis, serta teoritis guna untuk mempermudah dan memahami pokok penelitian serta mengemukakan tentang penelitian yang telah dibahas sebelumnya yang mempunyai *relevansi* atau kesamaan dengan penelitian ini.

##### **1.5.1 Landasan Konseptual**

Dalam pembahasan konseptual, akan diuraikan beberapa konsep-konsep terkait terhadap beberapa istilah yang akan sering digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa;
2. Hak atas merek 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; dan
3. Itikad baik dirumuskan sebagai permohonan mendaftarkan mereknya secara layak dan jujur tanpa ada niat apapun untuk membonceng, meniru atau menjiplak ketenaran merek pihak lain demi kepentingan usahanya yang berakibat kerugian pada pihak lain.

Bahwa barang/jasa yang termasuk dalam pembagian klasifikasi kelas 3 (tiga) menurut sistem klasifikasi merek menyebutkan yaitu :<sup>11</sup> “sediaan-sediaan untuk memutihkan dan mencuci; sediaan-sediaan untuk membersihkan, mengkilatkan, membuang lemak; sabun, wangi-wangian, minyak sari, kosmetik, minyak rambut; bahan-bahan pemeliharaan gigi”.

Ketentuan Pasal 14 Peraturan Menteri Hukum Dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2021 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Hukum Dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek menyebutkan kelas barang atau jasa yaitu :

- (1) Setiap Permohonan memuat kelas barang dan/atau jasa;

---

<sup>11</sup> Direktorat jendral pajak, “*sistem klasifikasi merek kelas 3*”, <https://skm.dgip.go.id/index.php/skm/detailkelas/3>, Online diakses pada 05 Januari 2024 pukul 18.12.

- (2) Kelas barang dan/atau jasa sebagaimana dimaksud pada ayat (1) memuat uraian jenis barang dan/atau jasa;
- (3) Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat diajukan lebih dari 1 (satu) kelas barang dan/atau jasa dalam satu Permohonan; dan
- (4) Ketentuan mengenai kelas barang dan/atau jasa sebagaimana dimaksud pada ayat (1) berpedoman pada perjanjian *Nice (Nice agreement)* tentang Klasifikasi Internasional Barang dan Jasa untuk Pendaftaran Merek.

Bahwa Pengesahan perjanjian *Nice (Nice agreement)* tertuang dalam Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor: 10 Tahun 2023 tentang Pengesahan *nice agreement concerning the international classification of goods and service for the purpose of the regristration of marks* (Persetujuan *Nice* Mengenai Klasifikasi Internasional Atas Barang Dan Jasa Untuk Tujuan Pendaftaran Merek). Tujuan perlindungan hak merek adalah untuk memberikan hak *eksklusif* bagi pemegangnya agar merek tersebut tidak digunakan oleh pelaku usaha lain.<sup>12</sup> Hak merek bersifat monopoli yang berarti hanya pemegang merek tersebut yang dapat menggunakannya.

Apabila dalam suatu kelas merek sudah terdapat merek yang terdaftar, pemohon dapat mendaftarkan mereknya dalam kelas merek yang lain asalkan jenis barangnya berbeda. Bahkan masih dimungkinkan pendaftaran pada kelas yang sama, karena merek memiliki prinsip *The Principle of Speciality* (prinsip kekhususan) yang berfungsi untuk memberikan batasan ruang lingkup perlindungan merek pada barang atau jenis produknya.

---

<sup>12</sup> Utami, Marchelina Ramadhanty Wahyu, and Siti Hapsah Isfardiyana. "Pelanggaran Hak Merek Yang Memiliki Persamaan Pada Pokoknya (Studi Kasus Sengketa Merek 'GOTO' antara Gojek dan Tokopedia Dengan PT Terbit Financial Technology)", *Jurnal Prosiding Seminar Hukum Aktual* Vol. 1. No. 2, *Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia*. 2023, h. 20.

Reputasi yang baik oleh suatu merek dihasilkan melalui peningkatan kualitas yang baik dan berkelanjutan.<sup>13</sup> Melalui pendaftaran merek, negara juga akan memberikan perlindungan kepada orang yang memenuhi persyaratan untuk mendaftar, serta memberikan hak eksklusif kepada orang yang telah berhasil melakukan pendaftaran.

### 1.5.2 Landasan Yuridis

Menurut ketentuan Bab IV Pendaftaran Merek Pasal 20 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menyebutkan :

Merek tidak dapat didaftar jika:

- a. bertentangan' dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan, atau ketertiban umum;
- b. sama dengan, berkaitan dengan, atau hanya menyebut barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya;
- c. memuat unsur yang dapat menyesatkan masyarakat tentang asal, kualitas, jenis, ukuran, macam, tujuan penggunaan barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya atau merupakan nama varietas tanaman yang dilindungi untuk barang dan/atau jasa yang sejenis;
- d. memuat keterangan yang tidak sesuai dengan kualitas, manfaat, atau khasiat dari barang dan/atau jasa yang diproduksi;
- e. tidak memiliki daya pembeda; dan/atau
- f. merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum.

Lebih lanjut menurut ketentuan Pasal 21 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menyebutkan :

- (1) Permohonan ditolak jika Merek tersebut mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan:
  - a. Merek terdaftar milik pihak lain atau dimohonkan lebih dahulu oleh pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis;
  - b. Merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis;
  - c. Merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa tidak sejenis yang memenuhi persyaratan tertentu; atau
  - d. Indikasi Geografis terdaftar.

---

<sup>13</sup> Muhammad Dayyan Sunni dan Mas Rahmah, “Pembatalan Merek Terkenal yang Berubah Menjadi Istilah Umum”, Jurnal Jurist-Diction Vol. 3 No. 2, Universitas Airlangga, Surabaya, 2020, h. 483.

- (2) Permohonan ditolak jika Merek tersebut:
  - a. merupakan atau menyerupai nama atau singkatan nama orang terkenal foto atau nama badan hukum yang dimiliki orang lain kecuali atas persetujuan tertulis dari yang berhak;
  - b. merupakan tiruan atau menyerupai nama atau singkatan nama bendera lambang atau simbol atau emblem suatu Negara atau lembaga nasional maupun internasional kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang; atau
  - c. merupakan tiruan atau menyerupai tanda atau cap atau stempel resmi yang digunakan oleh negara atau lembaga Pemerintah kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang.
- (3) Permohonan ditolak jika diajukan oleh pemohon yang beriktikad tidak baik; dan
- (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai penolakan permohonan. Merek sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a sampai dengan huruf c diatur dengan Peraturan Menteri.

Sebagai negara hukum atau *Recht Staat*, setiap tindakan yang diambil ataupun ataupun dijalankan harus berdasar pada hukum atau aturan-aturan yang berlaku. Hukum harus dipandang sebagai pedoman dalam bertindak maupun dalam hal mengambil sebuah keputusan. Apabila suatu keputusan tidak sesuai dengan hukum atau aturan yang berlaku maka hal tersebut akan menimbulkan kebingungan dan ketidakpastian dimasyarakat.

### **1.5.3 Landasan Teori**

Fungsi teori dalam penelitian ini adalah untuk memberikan pedoman/petunjuk dan mempelajari serta menjelaskan gejala yang diamati. Berdasarkan uraian di atas maka teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### **1. Teori Kepastian Hukum**

Margono dalam bukunya yang berjudul *Asas Keadilan, Kemanfaatan, & Kepastian Hukum Dalam Putusan Hakim* memberikan penjelasan mengenai kepastian hukum, yakni kepastian hukum merupakan perlindungan *justitiabel* terhadap tindakan sewenang-wenang, yang berarti bahwa seseorang akan

memperoleh sesuatu yang diharapkan dalam keadaan tertentu dan masyarakat mengharapkan adanya kepastian hukum karena tujuannya adalah untuk ketertiban masyarakat.<sup>14</sup> Teori kepastian hukum menurut Gustav Radbruch mengemukakan, bahwa kepastian hukum adalah salah satu produk dari hukum atau lebih khususnya lagi merupakan produk dari perundang-undangan.<sup>15</sup>

Unsur kepastian dalam hukum berkaitan erat dengan keteraturan dalam masyarakat, karena kepastian merupakan inti dari keteraturan itu sendiri. Adanya keteraturan menyebabkan orang dapat hidup secara berkepastian, karena dapat melakukan kegiatan-kegiatan yang diperlukan dalam kehidupannya dalam bermasyarakat.<sup>16</sup>

Menurut Sudikno Mertokusumo, kepastian hukum pada dasarnya pelaksanaan hukum sesuai dengan bunyinya sehingga masyarakat dapat memastikan bahwa hukum dilaksanakan.<sup>17</sup> Van Apeldoorn juga berpendapat bahwa kepastian hukum adalah adanya kejelasan skenario perilaku yang bersifat umum dan mengikat semua warga masyarakat termasuk konsekuensi hukumnya.<sup>18</sup>

Kepastian hukum jika dilihat dari putusan hakim dalam proses peradilan maka kepastian hukum tidak lain apa yang dapat atau boleh diperbuat oleh seseorang dan sejauh mana seseorang itu dapat bertindak tanpa mendapat hukuman atau akibat dari perbuatan yang dikehendaki. Dalam konteks demikian kepastian hukum dapat berarti keamanan hukum, yang artinya melindungi para pihak

---

<sup>14</sup> Margono, "Asas Keadilan, Kemanfaatan, & Kepastian Hukum Dalam Putusan Hakim, Sinar Grafika, Jakarta, 2019, h.114.

<sup>15</sup> *Ibid*, h. 114.

<sup>16</sup> *Ibid*, h. 116.

<sup>17</sup> Sudikno Mertokusumo, "Mengenal Hukum: Suatu Pengantar", CV. Maha Karya Pustaka, Yogyakarta, 2019, h. 223.

<sup>18</sup> Margono, *Op.Cit*, h. 117.

terhadap tindakan sewenang-wenang hakim dalam proses peradilan.<sup>19</sup> Masyarakat mengharapkan adanya kepastian hukum karena dengan adanya kepastian hukum masyarakat akan lebih tertib. Hukum bertugas menciptakan kepastian hukum karena bertujuan untuk ketertiban masyarakat.<sup>20</sup> Tanpa adanya kepastian hukum, maka orang tidak tahu apa yang harus diperbuatnya dan akhirnya perbuatan tersebut akan menimbulkan keresahan di masyarakat.

## 2. Teori Keadilan

Keadilan berasal dari kata adil yang artinya tidak memihak, tidak sewenang-wenang, tidak berat sebelah. Keadilan pada dasarnya adalah suatu konsep yang relatif bagi setiap orang tidak sama, adil menurut yang satu belum tentu adil bagi yang lainnya. Skala keadilan sangat bervariasi dari satu tempat ke tempat yang lain yang tentunya berbeda menurut pandangan masyarakat tertentu.<sup>21</sup>

Secara etimologis, kata *adl* berarti urusan atau perkara yang ditengahahtengah, artinya sikap adil itu berarti tidak berat sebelah, tidak memihak atau memperlakukan sama antara yang satu dengan yang lainnya. Namun sikap adil bukan bersifat netral tetapi tetap juga memihak pada kebenaran yang benar. Dalam konsep Islam adil berarti meluruskan atau jujur, menjauh artinya meninggalkan dari jalan yang salah menuju jalan yang benar, menjadi sama atau sesuai, dan membuat seimbang atau menyeimbangkan.<sup>24</sup> Menurut Aristoteles, terdapat 2 (dua) bentuk keadilan, yaitu keadilan distributif (*justitia distributiva*) dan keadilan kumulatif (*justitia cummulativa*).

---

<sup>19</sup> Margono, *Op.Cit*, h. 118.

<sup>20</sup> Sudikno Mertokusumo, *ibid*, h. 223.

<sup>21</sup> Achmad Rifai, "Penemuan Hukum Oleh Hakim Dalam Perspektif Hukum Progresif", SinarGrafika, Jakarta, 2018, h. 130.

Keadilan *distributif* adalah suatu keadilan yang diberikan kepada setiap orang didasarkan atas jasa-jasanya atau pembagian menurut haknya masing-masing dan berperan dalam hubungan antara masyarakat dan perorangan. Adapun yang dimaksud dengan keadilan *kumulatif* ialah suatu keadilan yang diterima oleh masing-masing anggota tanpa memedulikan jasa masing-masing.<sup>22</sup> Pada prinsipnya, teori keadilan Aristoteles yang dikemukakannya secara tradisional dapat dibagi menjadi 3 (tiga) jenis, antara lain:<sup>23</sup>

- a. Keadilan Legal (*justitia legalis*), yaitu keadilan menurut undang-undang di mana masyarakat sebagai objeknya memperoleh perlakuan yang sama terhadap semua orang sesuai dengan hukum yang berlaku, yang berarti semua orang harus dilindungi dan tunduk pada hukum yang ada secara tanpa pandang bulu. Keadilan legal menyangkut hubungan antara individu atau kelompok masyarakat diperlakukan sama oleh negara dihadapan atau berdasarkan hukum yang berlaku. Semua pihak dijamin untuk mendapatkan perlakuan yang sama sesuai dengan hukum yang berlaku;
- b. Keadilan Komutatif, yakni mengatur hubungan yang adil antara orang yang satu dan orang yang lainnya atau warga negara yang satu dan warga negara yang lainnya. Keadilan komutatif menyangkut hubungan horizontal antara warga negara satu dan warga negara lainnya; dan
- c. Keadilan Distributif, memiliki prinsip dasar keadilan distributif (*justitia distributiva*) yang perlakuan kepada seseorang sesuai dengan jasa-jasa yang telah dilakukan.

Plato juga mengemukakan pendapat mengenai jenis-jenis keadilan, antara lain:

- a. Keadilan moral, yaitu suatu perbuatan dapat dikatakan adil secara moral apabila telah mampu memberikan perlakuan yang seimbang antara hak dan kewajibannya; dan
- b. Keadilan *prosedural*, yaitu apabila seseorang telah mampu melaksanakan perbuatan adil berdasarkan tata cara yang telah ditetapkan.

---

<sup>22</sup> Amran Suadi, “*Filsafat Hukum: Refleksi Filsafat Pancasila, Hak Asasi Manusia, dan Etika*”, Kencana, Jakarta, 2019, h. 131.

<sup>23</sup> *Ibid*, h. 131.

John Rawls mengemukakan pendapatnya mengenai definisi keadilan, yakni prinsip paling mendasar dari keadilan adalah bahwa setiap orang memiliki hak yang sama dari posisi-posisi mereka yang wajar. Lebih lanjut menurutnya, kebaikan bagi seluruh masyarakat tidak dapat mengesampingkan atau mengganggu rasa keadilan dari setiap orang yang telah memperoleh rasa keadilan, khususnya masyarakat lemah. Kemudian Rawls melahirkan prinsip keadilan yang sering dijadikan rujukan oleh beberapa ahli, di antaranya : a. Prinsip kebebasan (*Liberty of principle*) dan b. Prinsip kesamaan (*Equal of principle*).

### 3. Teori Pelindungan Hak Kekayaan Intelektual

Pelindungan terhadap hak kekayaan intelektual memiliki dasar pembenaran.

Robert C. Sherwood menjelaskan mengenai teori pelindungan HKI, antara lain :<sup>24</sup>

- a. *Reward theory*, bahwa pencipta atau penemu akan diberikan penghargaan atas usahayang telah dilakukan. Penghargaan tersebut dapat dalam bentuk pengakuan terhadap hasil karya intelektual;
- b. *Recovery theory*, bahwa penemu atau pencipta yang telah mengeluarkan tenaga, waktu, dan biaya perlu diberikan kesempatan untuk memperoleh kembali apa yang sudah dihasilkannya. Pencipta membutuhkan penggantian atas usaha yang sudah dilakukannya yaitu dalam bentuk hasil penemuan yang bermanfaat untuk publik;
- c. *Incentive theory*, bahwa untuk mengembangkan kreativitas penemuan atau hasil karya intelektual seseorang, maka diperlukan sebuah insentif yang dapat memberikan motivasi sehingga kegiatan penelitian dapat berlanjut dan memberikan kemanfaatan;
- d. *Risk theory*, bahwa dalam proses pembuatan karya selalu mengandung risiko. HKI adalah hasil penelitian yang mengandung risiko sebagai upaya untuk menemukan atau memperbaikinya dalam proses penelitian. Suatu hal yang wajar jika pelindungan diberikan terhadap kegiatan yang mengandung resiko tersebut; dan
- e. *Economic growth stimulus theory*, hak milik intelektual merupakan suatu alat pembangunan ekonomi. Sistem pelindungan HKI yang efektif akan memberikan stimulus atau rangsangan dalam pertumbuhan ekonomi sebuah negara.

---

<sup>24</sup> Khoiril Hidayah, “*Hukum Hak Kekayaan Intelektual*”, Setara Press, Malang, 2018, h. 8.

#### 1.5.4 Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Penulis merangkum sejumlah penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang penulis kaji, yaitu:

1. Penelitian yang pertama oleh Erni Vika Qomari, dengan judul penelitian “Penegakan Hukum Hak Merek Terhadap Pelanggaran Pada Pokoknya di Indonesia” Berdasarkan isi tulisan yang membahas tentang kasus merek Sinar Universal melawan Universal serta bagaimana penegakan hukum terhadap hak merek yang terbukti melanggar ketentuan Undang-undang merek.<sup>25</sup> Perbedaan penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini yaitu: penelitian ini terfokuskan terhadap penegakan hukum hak merek terhadap pelanggaran pada pokoknya di indonesia sedangkan penulis meneliti terkait batasan merek sehingga tidak dikatakan persis dengan lainnya.
2. Penelitian yang kedua dilakukan oleh Dandy Hernady berjudul “Persamaan Unsur Pokok Pada Merek Gudang Garam dan Gudang Baru”. Berdasarkan isi tulisan ini dapat disimpulkan bahwa : Persamaan unsur yang dimaksud tidak harus sama secara persis terhadap semua elemen atau unsur merek tersebut, tetapi memiliki kesan mirip atau hampir mirip pun dapat dikatakan memiliki persamaan pada pokoknya, baik merupakan barang atau jasa yang sejenis maupun tidak sejenis. Adanya persamaan unsur pokok pada suatu merek terkenal, erat kaitannya dengan itikad tidak baik. Itikad tidak baik tersebut merupakan suatu niatan untuk membonceng reputasi dari merek terkenal,

---

<sup>25</sup> Erni Vika Qomari, “*Penegakan Hukum Hak Merek Terhadap Pelanggaran Pada Pokoknya di Indonesia*”, Program Magister Ilmu Hukum, Universitas Wijaya Putra, Surabaya, 2014, h. 30.

sehingga dapat mengakibatkan kekeliruan, mengecoh atau menyesatkan konsumen terhadap asal usul merek yang satu dengan yang lain guna memperoleh keuntungan secara tidak jujur.<sup>26</sup>

Perbedaan penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini yaitu:

Penelitian Ini terfokus pada analisis putusan kasasi Mahkamah Agung antara Gudang Garam dan Gudang Baru, dimana keduanya dinilai memiliki kesamaan nama dan produk dan hampir tidak memiliki pembeda seperti kesesuaian maksud dari ciri-ciri merek dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

3. Penelitian yang ketiga oleh Avid Ativiyanti Meikasari berjudul “Analisis Yuridis Terhadap Sengketa Merek Lameson Dan Flameson Terkait Merek Yang Memiliki Persamaan Pada Pokoknya Untuk Barang Sejenis”. Berdasarkan isi tulisan ini dapat disimpulkan bahwa : pendaftaran merek dagang *Flameson* terbukti melakukan peniruan merek yang diuraikan pada Pasal 6 ayat 1 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek mengenai persamaan pada pokoknya untuk barang sejenis.<sup>27</sup> Merek dagang *Flameson* dinyatakan melakukan peniruan merek kepada *Lameson*. Karena diantara keduanya hanya dibedakan dengan huruf “F” yang membuat kebingungan publik di masyarakat. Apalagi merek dagang *Lameson* dan

---

<sup>26</sup> Dandy Hernady, “*Persamaan Unsur Pokok Pada Merek Gudang Garam Dan Gudang Baru (Analisis Putusan Ma Nomor 162 K/Pdt.Sus-Hki/2014)*”. Progran Studi Ilmu Hukum Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hjidayatullah, Jakarta, 2015, h. 70.

<sup>27</sup> Avid Ativiyanti Meikasari, “*Analisis Yuridis Terhadap Sengketa Merek Lameson Dan Flameson Terkait Merek Yang Memiliki Persamaan Pada Pokoknya Untuk Barang Sejenis*”, Skripsi, Universitas Negeri Semarang, Semarang, 2016, h. 128.

*Flameson* berada di kelas barang yang sama yaitu kelas barang 5 dan ini dibuktikan dengan Putusan Pengadilan Niaga No : 01/HAKE/M/2011/PN.Niaga Smg.

Perbedaan penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini yaitu: Bahwa sengketa Merek dagang *Flameson* dinyatakan melakukan peniruan merek kepada *Lameson* terhadap pelanggaran peniruan sedangkan penulis membahas terkait persamaan merek yang sama pada pokoknya.

## **1.6 Metode Penelitian**

Sebagai upaya untuk mencapai tujuan penelitian, metode penelitian yang digunakan penulis adalah sebagai berikut :

### **1.6.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian hukum normatif, yakni penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder, dimana pendekatan terhadap permasalahan dilakukan dengan mengkaji ketentuan perundang-undangan yang berlaku mengenai peraturan perundangan-undangan tentang pertanggung jawaban hukum pemakaian merek dagang yang persis pada pokoknya ditinjau dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (Studi Kasus Putusan Nomor: 22 PK/Pdt.Sus-HKI/2022).

Dalam penelitian hukum normatif terdapat beberapa model pendekatan. Dengan pendekatan itu, penulis akan mendapatkan informasi dari berbagai aspek mengenai mengenai isu hukum yang diteliti dan mencari jawabannya. Pendekatan yang penulis gunakan meliputi:

### 1.6.2 Metode Pendekatan

a. Pendekatan undang-undang (*statute approach*);

Penulis menggunakan cara meneliti dan mengkaji semua peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan pokok permasalahan yaitu pertanggung jawaban hukum pemakaian merek dagang yang persis pada pokoknya berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis maupun akibat hukum secara KUH Perdata, dan KUH Pidana.

b. Pendekatan konseptual (*conceptual approach*);

Pendekatan konseptual (*conceptual approach*), sebagai pendekatan pendukung. Pendekatan konseptual dimaksudkan untuk menganalisa bahan hukum sehingga dapat diketahui makna yang terkandung dalam istilah-istilah hukum, hal itu dilakukan sebagai usaha memperoleh makna baru yang terkandung dalam istilah-istilah yang penulis teliti, atau menguji istilah-istilah hukum tersebut dalam teori dan praktek. Pendekatan konseptual ini untuk menganalisis konsep-konsep dari asas hukum, kaedah hukum, dan pertanggung jawaban hukum pemakaian merek dagang yang persis pada pokoknya.

c. Pendekatan Kasus (*case approach*).

Pendekatan kasus menitik beratkan pada kejadian atau peristiwa hukum yang telah/sedang berlangsung dalam perkara Nomor: 22 PK/Pdt.Sus-HKI/2022 di kasus sengketa merek pasta gigi ini bermula dari keberatan Hardwood Private Limited yang merupakan induk dari Orang Tua Group di Indonesia. Orang Tua menyatakan tidak terima dengan penggunaan merek Pepsodent Strong oleh

Unilever karena penggunaan merek "Strong" sudah didaftarkan sebagai merek milik produk pasta giginya yaitu Formula "Strong".

### 1.6.3 Sumber Bahan Hukum

Bahan hukum sebagai bahan penelitian diambil dari bahan kepustakaan yang berupa bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier. Dari uraian tersebut, maka sumber hukum ada dua macam, yaitu sumber hukum primer dan sumber hukum sekunder. Maka dalam penelitian hukum ini bahan hukum yang dijadikan sebagai rujukan, meliputi:

a. Bahan hukum primer (*Primary Sources*)

Bahan yang mengikat dalam peraturan perundang-undangan, diantaranya:

1. Undang-Undang Dasar Tahun 1945;
2. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata;
3. Kitab Undang-Undang Hukum Pidana;
4. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.
5. Peraturan Menteri Hukum Dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2021 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Hukum Dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek; dan
6. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2023 tentang Pengesahan *nice agreement concerning the international classification of goods and service for the purpose of the regristration of marks*

(Persetujuan *Nice* Mengenai Klasifikasi Internasional Atas Barang Dan Jasa Untuk Tujuan Pendaftaran Merek).

b. Bahan hukum sekunder (*Secondary Sources*)

Bahan hukum yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer berupa buku literatur karangan sarjana hukum, makalah, artikel ilmiah, jurnal, tesis, disertasi yang berkaitan serta memiliki relevansi dengan masalah yang diambil dalam penelitian ini yakni tentang pertanggung jawaban hukum pemakaian merek dagang yang persis pada pokoknya.

c. Bahan hukum tersier

Bahan yang dapat memberikan petunjuk ataupun penjelasan tambahan dari literatur selain hukum, sepanjang berkaitan atau memiliki relevansi dengan topik penelitian. Bahan non hukum yang digunakan oleh penulis seperti kamus bahasa, artikel internet, brosur non hukum.

#### **1.6.4 Teknik Pengumpulan Dan Pengolahan Bahan Hukum**

Bahan hukum baik primer, sekunder maupun bahan non hukum yang diperoleh dengan menggunakan metode bola salju (*snow ball theory*), akan diinventarisasi dan diidentifikasi untuk selanjutnya digunakan dalam menganalisis permasalahan yang berhubungan dengan penelitian ini. Dalam melakukan inventarisasi serta identifikasi bahan hukum digunakan sistem kartu (*card system*) yang penata pelaksanaannya dilakukan dengan secara kritis, logis dan sistematis. Dengan langkah-langkah demikian diharapkan akan lebih mempermudah alur pembahasan dan penyelesaian (penulisan) penelitian ini.

Prosedur pengumpulan bahan hukum dalam penelitian ini dibagi menjadi 3 (tiga) yaitu:

1. Studi dokumen, yaitu studi yang diperoleh dari dokumen negara seperti undang-undang. Dalam penelitian ini yang digunakan adalah Undang-Undang Dasar Tahun 1945, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Kitab Undang-Undang Hukum Pidana dan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.
2. Studi Kepustakaan, yaitu teknik mengumpulkan data dengan melakukan studi penelaahan terhadap buku, catatan yang ada hubungannya dengan masalah yang hendak dipecahkan.
3. Studi Daring, yaitu teknik mengumpulkan data dengan melakukan pencarian kata kunci mengenai masalah yang hendak dipecahkan dalam suatu penelitian yang dilakukan melalui internet.

Bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder penelitian ini diperoleh dari penelusuran kepustakaan dari berbagai buku-buku, literatur, jurnal-jurnal, tesis, skripsi, karya ilmiah dan makalah yang menunjang penelitian, Perpustakaan Universitas Gresik, dan Perpustakaan Daerah Kabupaten Gresik, yang berkaitan pertanggung jawaban hukum pemakaian merek dagang yang persis pada pokoknya.

#### **1.6.5 Teknik Analisis Bahan Hukum**

Suatu karya tulis ilmiah selalu memiliki karakter sistematis-logis sehingga penelitian tersebut dilakukan melalui tahapan-tahapan yang runtut dan teratur. Dalam penelitian ini tahapan yang dilakukan meliputi:

- a. Inventarisasi bahan hukum;
- b. Identifikasi bahan hukum;
- c. Sistematisasi bahan hukum;
- d. Analisis bahan hukum; dan
- e. Perancangan dan penulisan.

Rangkaian tahapan dimulai dengan *inventarisasi* dan *identifikasi* terhadap sumber bahan hukum yang berhubungan (*primer*, *sekunder* dan bahan non hukum). Langkah berikutnya melakukan sistematisasi keseluruhan bahan hukum yang ada. Proses sistematisasi ini juga diberlakukan terhadap asas-asas hukum, teori-teori, konsep-konsep, doktrin, serta bahan rujukan lainnya.

Rangkaian tahapan tersebut dimaksudkan untuk mempermudah pengkajian dari permasalahan penelitian melalui rangkaian tahapan ini diharapkan mampu memberi rekomendasi yang mendukung perlunya *reinterpretasi* dan *reorientasi* pemahaman tentang pertanggung jawaban hukum pemakaian merek dagang yang persis pada pokoknya.

Bahan hukum yang sudah terkumpul kemudian dilakukan pengolahan bahan untuk mempermudah analisis sesuai dengan permasalahan yang diteliti. Hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat kesalahan-kesalahan dan kekeliruan-kekeliruan serta belum lengkap dan lain sebagainya, terhadap bahan yang telah diperoleh. Adapun pengolahan bahan yang dimaksud meliputi tahapan sebagai berikut:

- a) Pengklasifikasian bahan hukum, merupakan kegiatan penempatan data menurut kelompok-kelompok yang telah ditetapkan dalam rangka memperoleh bahan yang benar-benar diperlukan dan akurat untuk dianalisis lebih lanjut.
- b) Penafsiran isi bahan hukum, merupakan kegiatan untuk menarik kesimpulan penelitian yang telah dilaksanakan. Penarikan kesimpulan ini dilakukan dengan cara membandingkan *hipotesis* yang telah penulis rumuskan pada latar belakang masalah dengan hasil analisa yang didapat, sehingga dapat diperoleh kesimpulan pokok.
- c) Metode analisa bahan hukum menggunakan analisa isi bahan dengan memfokuskan penganalisisan hubungan antara konsep yang terkandung dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

### **1.7 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan penelitian ini disusun dalam 4 (empat) bab yang dimulai dengan sistematika Bab I. Bab ini menjelaskan secara umum mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian serta urutan sistematika penelitian. Uraian dalam Bab I terkait latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, manfaat, tinjauan pustaka, metode penelitian, dan sistematika penulisan. Bab I ini merupakan dasar pijakan bagi penelitian ini sekaligus mengantar pada pembahasan bab-bab selanjutnya.

Bab II berisi tentang kasus posisi, profil para pihak, kronologi kasus, gugatan hardwood private limited, eksepsi PT. Unilever Indonesia, Tbk., pertimbangan hukum, dan analisis kasus. Uraian Bab II merupakan pembahasan rumusan masalah pertama tentang studi kasus putusan Nomor: 22 PK/Pdt.Sus-HKI/2022.

Bab III berisi tentang penggunaan kata “strong” yang merupakan kata umum berbahasa asing untuk didaftarkan dalam pendaftaran merek di Indonesia, penyelesaian sengketa merek antara “formula strong” melawan “pepsodent strong” berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Uraian Bab III merupakan pembahasan rumusan masalah kedua dalam penelitian ini.

Bab IV merupakan penutup rangkaian telaah dalam penelitian ini. Bab ini berisi simpulan serta saran terhadap hasil analisis yang dilakukan. Simpulan merupakan intisari dari pembahasan terhadap permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini sedangkan saran merupakan bentuk kristalisasi pemikiran sebagai usulan terhadap simpulan yang ada.

