



SKRIPSI

**BENTUK PERLINDUNGAN HUKUM BAGI MEREK LOKAL
YANG MEMILIKI KEMIRIPAN UNSUR DENGAN MEREK
ASING**

(Putusan Nomor 39 / Merek / 2011 / PN. Niaga. Jkt.Pst.)

***FORM OF LEGAL PROTECTION FOR LOCAL BRANDS
WHICH HAVE THE ELEMENTS OF THE ELEMENTS WITH
FOREIGN BRANDS***

(Verdict Number 39 / Merek / 2011 / PN. Niaga. Jkt.Pst.)

DWI CAHYO KUSUMA

NIM : 120710101211

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS HUKUM
2019**

SKRIPSI

**BENTUK PERLINDUNGAN HUKUM BAGI MEREK LOKAL
YANG MEMILIKI KEMIRIPAN UNSUR DENGAN MEREK
ASING**

(Putusan Nomor 39 / Merek / 2011 / PN. Niaga. Jkt.Pst.)

***FORM OF LEGAL PROTECTION FOR LOCAL BRANDS
WHICH HAVE THE ELEMENTS OF THE ELEMENTS WITH
FOREIGN BRANDS***

(Verdict Number 39 / Merek / 2011 / PN. Niaga. Jkt.Pst.)

DWI CAHYO KUSUMA

NIM : 120710101211

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS HUKUM
2019**

MOTTO

*“You should learn from your competitor, but never copy. Copy and you die
(Jack Ma).”¹*

**“Kamu wajib belajar dari kompetitormu, tapi jangan pernah menjiplak.
Jika kamu menjiplak, kamu akan ‘mati’ (Jack Ma).”**



¹Hasna Wijayati, “Kata Kata Bijak Sang Guru Segala Ilmu”, diposting tanggal 16 Mei 2018, diakses <https://portal-ilmu.com/kata-kata-bijak>, diakses tanggal 24 April 2019 jam 19.35 WIB

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan skripsi ini kepada :

1. Kedua Orang Tuaku Kuswardi dan Zubaidah, terima kasih atas bimbingan, kasih sayang, do'a dan dukungannya selama ini.
2. Almamater yang kebanggakan Fakultas Hukum Universitas Jember.
3. Bapak dan Ibu Guru sejak tingkat Taman Kanak-Kanak hingga tingkat Sekolah Menengah Atas, serta Bapak dan Ibu Dosen Pengajar di tingkat Sarjana Strata I, terima kasih atas bimbingan, pendidikan, dan tuntunannya.

**BENTUK PERLINDUNGAN HUKUM BAGI MEREK LOKAL YANG
MEMILIKI KEMIRIPAN UNSUR DENGAN MEREK ASING
(Putusan Nomor 39 / Merek / 2011 / PN. Niaga. Jkt.Pst.)**

***FORM OF LEGAL PROTECTION FOR LOCAL BRANDS WHICH HAVE
THE ELEMENTS OF THE ELEMENTS WITH FOREIGN BRANDS
(Verdict Number 39 / Merek / 2011 / PN. Niaga. Jkt.Pst.)***

SKRIPSI

**Diajukan sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Progam
Studi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Jember**

**DWI CAHYO KUSUMA
NIM. 120710101211**

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS HUKUM
2019**

PERSETUJUAN

SKRIPSI TELAH DISETUJUI

TANGGAL 27 JUNI 2019

Oleh :

Dosen Pembimbing Utama,



I WAYAN YASA, S.H., M.H.
NIP : 196010061989021001

Dosen Pembimbing Anggota,



BHIM PRAKOSO, S.H., Sp.N., M.M., M.H.
NIP : 196912052014091002

PENGESAHAN


**BENTUK PERLINDUNGAN HUKUM BAGI MEREK LOKAL YANG
MEMILIKI KEMIRIPAN UNSUR DENGAN MEREK ASING
(Putusan Nomor 39 / Merek / 2011 / PN. Niaga. Jkt.Pst.)**

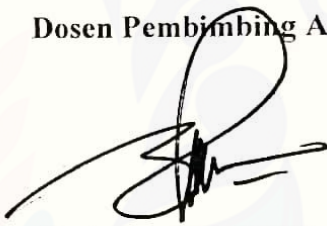
Oleh :

DWI CAHYO KUSUMA
NIM. 120710101211

Dosen Pembimbing Utama

Dosen Pembimbing Anggota


I Wayan Yasa, S.H., M.H.
NIP : 196010061989021001


Bhim Prakoso, S.H., Sp.N., M.M., M.H.
NIP : 196912052014091002

Mengesahkan :
Kementerian Riset dan Pendidikan Tinggi
Universitas Jember
Fakultas Hukum
Dekan



Dr. Nurul Ghufron, S.H., M.H.
NIP: 197409221999031003

PENETAPAN PANITIA PENGUJI

Dipertahankan dihadapan Panitia Penguji pada :

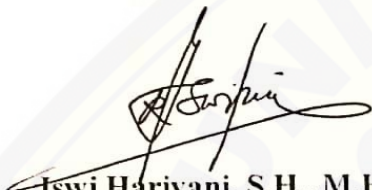
Hari : Jumat
Tanggal : 05
Bulan : Juli
Tahun : 2019

Diterima oleh Panitia Penguji Fakultas Hukum Universitas Jember.

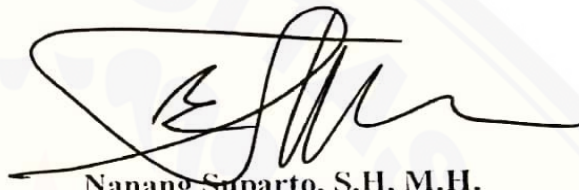
PANITIA PENGUJI

Ketua,

Sekretaris,



Iswi Hariyani, S.H., M.H.
NIP : 196212161988022001



Nanang Suparto, S.H., M.H.
NIP : 195711211984031001

ANGGOTA PANITIA PENGUJI :

I Wayan Yasa, S.H., M.H.
NIP : 196010061989021001



: (.....)

Bhim Prakoso, S.H., Sp.N., M.M., M.H.
NIP : 196912052014091002



: (.....)

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : DWI CAHYO KUSUMA
NIM : 120710101211
Fakultas : Hukum
Progam Studi / Jurusan : Ilmu Hukum

Menerangkan dengan sebenarnya, bahwa Skripsi dengan judul **“BENTUK PERLINDUNGAN HUKUM BAGI MEREK LOKAL YANG MEMILIKI KEMIRIPAN UNSUR DENGAN MEREK ASING (Putusan Nomor 39 / Merek / 2011 / PN. Niaga. Jkt.Pst.)”**, adalah benar-benar hasil karya sendiri dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dan tekanan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika pernyataan ini tidak benar.

Jember, 02 Juli 2019

Yang menyatakan,



DWI CAHYO KUSUMA
NIM. 120710101211

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan syukur yang tak terhingga penulis ucapkan kepada Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulisan skripsi ini yang berjudul BENTUK PERLINDUNGAN HUKUM BAGI MEREK LOKAL YANG MEMILIKI KEMIRIPAN UNSUR DENGAN MEREK ASING dapat terselesaikan dengan baik, serta pujian setinggi-tingginya penulis sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW, semoga shalawat dan salam tetap terlimpahkan pada junjungan kami.

Terima kasih sebesar-besarnya dan penghargaan stinggi-tingginya penulis ucapkan :

1. Bapak I Wayan Yasa, S.H., M.H., Dosen Pembimbing sekaligus Dosen Pembimbing Akademik yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan petunjuknya sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik;
2. Bapak Bhim Prakoso, M.M., Dosen Pembantu Pembimbing yang juga bersedia meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan petunjuknya sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik;
3. Ibu Iswi Hariyani, S.H., M.H., Ketua Penguji yang telah bersedia meluangkan waktu untuk menguji dan mengevaluasi skripsi ini sehingga penulisan skripsi ini menjadi lebih baik;
4. Bapak Nanang Suparto, S.H., M.H., Sekretaris Penguji yang juga bersedia meluangkan waktu untuk menguji dan mengevaluasi skripsi ini sehingga penulisan skripsi ini menjadi lebih baik;
5. Dr. Nurul Ghufron, S.H., M.H., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Jember, Dr. Dyah Ochtorina, S.H., M.Hum., Bapak Echwan Iriyanto, S.H., M.H., Dr. Aries Hariyanto, S.H., M.H., selaku Wakil Dekan I, II, dan III Fakultas Hukum Universitas Jember;
6. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Hukum Universitas Jember yang telah membimbing sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan studi;

7. Teristimewa Ibuku dan Bapakku tersayang. Terima kasih teramat atas moril dan materiil, juga semangat, doa, nasehat, kasih sayang, dan juga perhatian;
8. Rekan atau kawanku seluruh mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Jember angkatan 2012, terimakasih untuk doa dan bantuannya.

Tiada balas jasa yang dapat penulis berikan kecuali harapan semoga amal kebbaikannya mendapat imbalan dari Allah SWT, dan penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan masyarakat pada umumnya. Amin.

Jember, 29 Juni 2019

Hormat kami,

Penulis

RINGKASAN

Berbagai bentuk pelanggaran terhadap hak merek dalam kehidupan sehari-hari telah berlangsung lama dan dengan jumlah yang sangat besar, ditambah dengan hadirnya teknologi yang semakin maju maka pelanggaran-pelanggaran terhadap hak merek semakin kompleks. Lahirnya Undang-Undang Merek antara lain didasari munculnya arus globalisasi di segenap aspek kehidupan umat manusia, khususnya di bidang perekonomian dan perdagangan. Merek telah dikenal dalam berbagai bentuk berbagai macamnya untuk membedakan hak milik seseorang dengan Hak milik orang lain dengan memberikan tanda pengenal atas hasil kerajinan atau kreatifnya.

Kasus yang menarik dan layak untuk diteliti adalah sengketa antara IKEA dengan IKEMA. Pada tahun 2011, IKEA melalui Inter IKEA Systems BV menggugat PT. Angsa Daya (Tergugat I) dan Departemen Hukum dan HAM RI, cq. Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual, cq. Direktorat Merek (Tergugat II), di Pengadilan Niaga Jakarta Pusat, perkara No. 39 / Merek / 2011 / PN. Niaga. Jkt.Pst, tanggal 8 April 2011. Dalam perkara ini, merek IKEA yang diakui sebagai *coined mark* atau merek karena bukan berasal dari nama/kata-kata umum, mendalilkan sebagai merek terkenal di dunia sejak tahun 1943, yang di Indonesia terdaftar dalam barang kelas 21, kelas 24, kelas 11, kelas 35 dan kelas 42, sedangkan Angsa Daya sebagai pemilik merek IKEMA dengan produk barang kelas 19 digugat karena telah meniru, menjiplak dan membongceng keterkenalan merek IKEA. Sebabnya, merek IKEMA memiliki persamaan pada keseluruhan atau pada sebagian dengan IKEA, sehingga dapat menyesatkan atau mengecoh konsumen. IKEA juga mendalilkan kelas barang merek IKEMA memiliki persamaan jenis atau kelas barang dengan merek IKEA, atas dasar persamaan asal (*herkost*), cara pembuatan, sifat (*aard*) dan tujuan dari pemakaian barang. Disisi lain IKEMA adalah brand ubin keramik kedua yang diluncurkan PT. Angsa Daya dengan target market menengah ke bawah. Desain IKEMA dikemas sedemikian rupa hingga lebih diterima oleh pasar menengah ke bawah.

Permasalahan yang di angkat dalam skripsi ini adalah tentang bentuk perlindungan hukum dan akibat hukum bagi pemegang merek lokal atas pelanggaran terhadap merek asing, serta *ratio decidendi* hakim terhadap sengketa merek antara produk lokal dengan produk asing berdasarkan Putusan No. 39 / Merek / 2011 / PN. Niaga. Jkt.Pst.

Tujuan umum dari penulisan skripsi ini adalah : untuk memenuhi syarat-syarat dan tugas guna mencapai gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Jember, dan tujuan khusus dari penulisan skripsi ini adalah : untuk menganalisis tentang fungsi hak merek dalam melindungi merek-merek yang sudah didaftarkan di Dirjen KI.

Metode penulisan skripsi ini menggunakan tipe penelitian yuridis normatif, dengan pendekatan masalah yang berupa pendekatan perundang-undangan (*statue approach*) dan pendekatan konseptual (*conseptual approach*), bahan hukum yang digunakan adalah bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, dan bahan non hukum, sedangkan cara untuk menarik kesimpulan dari

hasil penelitian yang sudah terkumpul dipergunakan metode analisa bahan hukum deduktif.

Berdasarkan hasil analisis diperoleh pembahasan bahwa, bentuk perlindungan hukum bagi merek lokal memperoleh perlindungan hukum baik secara perdata maupun pidana. Apabila terjadi pelanggaran hak atas merek, pihak pemegang merek dapat mengajukan gugatan terhadap pihak lainnya yang melakukan pelanggaran hak atas merek.

Berdasarkan hasil kesimpulan diperoleh hasil bahwa *Pertama* Bentuk perlindungan Merek IKEMA (merek lokal) yang sudah diterbitkan sertifikatnya oleh Dirjen HKI mendapatkan bentuk perlindungan untuk tidak dibatalkannya merek tersebut dan bebas memperdagangkan merek tersebut ke publik. Merek IKEMA dipastikan mendapatkan perlindungan hukum sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek Dan Indikasi Geografis. *Kedua*, Akibat hukum merek IKEMA (merek lokal) sebagai tergugat yang dimana tertera pada Putusan Nomor 39/ Merek/ 2011/ PN. Niaga Jkt.Pst. bahwasanya harus mempertanggungjawabkan perbuatannya sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek Dan Indikasi Geografis. Merek IKEMA harus dibatalkan pendaftarannya pada Dirjen HKI. *Ketiga*, Putusan hakim Nomor 39/ Merek/ 2011/ PN. Niaga Jkt.Pst. menyatakan bahwa merek IKEMA meliki kemiripan atau persamaan pada pokoknya dengan merek IKEA sehingga hakim dalam putusannya memenangkan atas merek IKEA (merek asing).

Bertitik tolak kepada permasalahan yang ada dan dikaitkan dengan kesimpulan di atas, dapat diberikan beberapa saran, *Pertama*, Hendaknya dalam hal ini pihak merek lokal sebaiknya lebih teliti lagi dalam penggunaan merek atau pembuatan sebuah merek. Meskipun dalam produksinya berbeda kelas dengan merek lain namun penggunaan merek keseluruhan unsurnya hampir sama. Sebelum menggunakan atau membuat sebuah merek sebaiknya pihak tersebut bisa mencari tahu apakah merek yang akan digunakan sudah ada atau sudah didaftarkan sebelumnya. *Kedua*, Hendaknya dalam hal ini Dirjen KI berhak memberikan himbuan atau arahan kepada pihak yang akan mendaftarkan mereknya apabila merek yang akan didaftarkan terdapat unsur penjiplakan/meniru merek lain atau merek yang sudah didaftarkan sebelumnya. *Ketiga*, Hendaknya Ditjen KI mengadakan pengawasan terhadap suatu merek yang sudah didaftarkan. Dan memantau merek-merek atau produk-produk yang dihasilkan oleh pihak asing maupun pihak lokal yang mulai dipasarkan dikalangan masyarakat. Apakah merek-merek tersebut murni diciptakan atau dihasilkan tanpa adanya unsur penjiplakan dari merek lain sehingga Ditjen KI bisa memberikan peringatan dahulu terhadap produk yang dihasilkan dengan meniru/ menjiplak, atau itikad tidak baik dengan produk lain agar kedepannya tidak lagi adanya penghapusan pada sebuah merek atau produk.

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
HALAMAN MOTTO.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN PERSYARATAN GELAR	v
HALAMAN PERSETUJUAN.....	vi
HALAMAN PENGESAHAN	vii
HALAMAN PENETAPAN PANITIA PENGUJI.....	viii
HALAMAN PERNYATAAN.....	ix
HALAMAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	x
HALAMAN RINGKASAN	xii
HALAMAN DAFTAR ISI.....	xiv
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.3.1 Tujuan Umum.....	5
1.3.2 Tujuan Khusus	6
1.4 Metode Penelitian	6
1.4.1 Tipe Penelitian.....	7
1.4.2 Pendekatan Masalah	7
1.4.3 Bahan Hukum	8
1.4.4 Analisis Bahan Hukum	9
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Perlindungan Hukum.....	11
2.1.1 Pengertian Perlindungan Hukum	11
2.1.2 Unsur-Unsur Perlindungan Hukum	12
2.1.3 Bentuk-Bentuk Perlindungan Hukum	13

2.2 Hak Kekayaan Intelektual (HKI)	14
2.2.1 Pengertian Hak Kekayaan Intelektual (HKI).....	15
2.2.2 Ruang Lingkup Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual	16
2.3 Hak Merek	18
2.3.1 Pengertian dan Fungsi Hak Merek	18
2.3.2 Subjek dan Objek Hak Merek.....	25
2.3.3 Jangka Waktu Perlindungan Hak Merek	29
2.4 Merek Asing IKEA	30
2.4.1 Sejarah dan Perkembangan Merek Asing IKEA	30
BAB 3. PEMBAHASAN	32
3.1 Bentuk Perlindungan Hukum Terhadap Pemilik Merek Lokal Selaku Pemegang Hak Merek	32
3.2 Akibat Hukum Bagi Pihak Pemegang Merek Lokal Atas Pelanggaran Terhadap Merek Asing	40
3.3 <i>Ratio Decidendi</i> Hakim Terhadap Sengketa Merek Antara Produk Lokal Dengan Produk Asing Berdasarkan Putusan No. 39/ Merek/ 2011/ PN. Jkt. Pst.	47
BAB 4. PENUTUP	53
4.1 Kesimpulan	53
4.2 Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN	60

DAFTAR LAMPIRAN

No. Judul

1. Putusan Nomor : 39 / Merek / 2011 / PN. Niaga. Jkt.Pst.



BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan ekonomi dan kemajuan teknologi yang sangat pesat pada masa sekarang ini menuntut kemampuan perusahaan dalam mengalokasikan sumber daya perusahaannya secara efektif dan efisien. Untuk mendapat informasi yang tepat dan akurat, maka diperlukan satu sistem informasi akuntansi yang dibuat menurut pola yang terpadu sesuai dengan kondisi dan kebutuhan perusahaan untuk melaksanakan kegiatan perusahaan. Mengingat konsep pertumbuhan ekonomi sebagai tolak ukur penilaian pertumbuhan ekonomi nasional sudah terlanjur diyakini serta diterapkan secara luas, maka kita tidak boleh ketinggalan dan mau tidak mau juga harus berusaha mempelajari hakekat dan sumber-sumber pertumbuhan ekonomi tersebut.

Perbaikan perekonomian didorong oleh pemulihan perdagangan global, aktivitas investasi, serta terjadi merata baik di negara maju maupun di negara berkembang. Kondisi keuangan global masih cukup akomodatif meskipun diwarnai oleh proses penyesuaian harga aset sejalan dengan proses normalisasi kebijakan moneter negara maju, tensi perdagangan dan ketegangan geopolitik yang berpotensi memberikan dampak negatif terhadap pertumbuhan ekonomi. Indonesia sepakat memperkuat kerja sama untuk mendukung tercapainya pertumbuhan ekonomi yang kuat, berkelanjutan, berimbang dan inklusif. Kebijakan di Indonesia telah konsisten dan sesuai dengan respon kebijakan yang diperlukan untuk menghadapi tantangan perekonomian global, yaitu melalui kebijakan fiskal, kebijakan moneter, kebijakan makro-mikroprudensial, serta kebijakan struktural.²

Pemerintah demi menunjang perkembangan ekonomi di Indonesia, saat ini sedang berupaya untuk menarik lebih banyak minat investor asing untuk menanam modal di Indonesia. Berbagai cara dari mulai pembangunan

²Sakina Rahma Diah Setiawan, "Perekonomian Dunia Diyakini Terus Membaik", diposting tanggal 24 April 2018 jam 13.30 WIB, diakses di <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/04/24/133000292/perekonomian-dunia-diyakini-terus-membaik>, diakses tanggal 7 Januari 2019 jam 20.30 WIB

infrastruktur hingga fasilitas perizinan dibenahi agar semakin banyak pelaku bisnis dari luar negeri yang menanamkan modal di Indonesia. Dengan wilayah yang luas, Indonesia memang membutuhkan banyak modal untuk memastikan seluruh pelosok mendapatkan pembangunan yang memadai. Terlebih lagi, Indonesia berbentuk kepulauan sehingga pembangunan bisa saja terhambat karena alasan akses dan mobilitas.

Sampai dengan saat ini Indonesia masih menarik bagi investor asing yang mau menanamkan investasinya dibandingkan negara ASEAN lain seperti Thailand dan Malaysia. Saat ini Indonesia membuka diri terhadap negara lain yang ingin menanamkan investasinya disini. Disamping itu, kondisi politik yang kondusif juga menjadi pertimbangan dan memunculkan rasa kepercayaan tinggi investor terhadap Indonesia. Investor ingin kenyamanan dalam berinvestasi, dan mereka mendapatkan di Indonesia makanya mereka lebih memilih Indonesia dalam berinvestasi dibandingkan negara lain. Indonesia masih menjadi radar investasi asing saat ini, sebab berdasarkan survei yang dirilis Japan Bank for International Cooperation (JBIC), tahun ini Indonesia masuk pada peringkat pertama negara yang diminati untuk berinvestasi. Peringkat tersebut lebih tinggi dari Thailand dan beberapa negara Asean lainnya. Terlepas dari apa yang terjadi di Thailand dan Filipina, investasi ke Indonesia menjadi salah satu yang terpenting buat para investor saat ini, bahkan JBIC memberikan peringkat pertama Indonesia dan ada di atas dua negara yang sedang bermasalah tersebut.³

Salah satu aspek hukum yang melindungi hak-hak manusia dalam hak intelektualnya adalah Hukum Hak Kekayaan Intelektual (selanjutnya disebut dengan HKI). Salah satu bentuk penghargaan atas Hak Kepemilikan Intelektual, perlindungan hukum atas hak-hak tersebut memerlukan perangkat hukum dan mekanisme perlindungan yang memadai. HKI merupakan bagian penting dari suatu negara untuk menjamin keunggulan industri dan perdagangan, hal ini dapat dilihat dari pertumbuhan ekonomi suatu negara banyak tergantung pada aspek perdagangan.⁴ Kekayaan intelektual merupakan suatu hal yang istimewa, karena dengan hadirnya suatu karya intelektual yang lahir dari kemampuan manusia,

³Kementrian Perindustrian Republik Indonesia, "Indonesia Masih Jadi Negara Tujuan Investasi", diakses di <http://kemenperin.go.id/artikel/10552/Indonesia-Masih-Jadi-Negara-Tujuan-Investasi>, diakses tanggal 7 Januari 2019 jam 20.30 WIB

⁴Allfi Fahmi Adicahya, *Perkembangan Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Jakarta, Surya Media Pressindo, 2009, hlm.1

dihargai dan dihormati atas hak-hak manusia dalam hak kekayaan intelektualnya, karena dari kekayaan intelektual tersebut mendorong terjadinya kompetisi dalam keberadaannya di kehidupan masyarakat.

Berbagai bentuk pelanggaran terhadap hak merek dalam kehidupan sehari-hari telah berlangsung lama dan dengan jumlah yang sangat besar, ditambah dengan hadirnya teknologi yang semakin maju maka pelanggaran-pelanggaran terhadap hak merek semakin kompleks. Lahirnya Undang-Undang Merek antara lain didasari munculnya arus globalisasi di segenap aspek kehidupan umat manusia, khususnya di bidang perekonomian dan perdagangan. Undang-Undang saat ini yang digunakan adalah Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Undang-Undang tersebut berisi tentang berbagai hal yang sebagian besar sudah diatur dalam Undang-Undang terdahulu.

Kasus yang menarik dan layak untuk diteliti adalah sengketa merek antara IKEA dengan IKEMA. Pada tahun 2011, IKEA melalui *Inter IKEA Systems BV* menggugat PT. Angsa Daya (Tergugat I) dan Departemen Hukum dan HAM RI (Tergugat II), di Pengadilan Niaga Jakarta Pusat, perkara No. 39 / Merek / 2011 / PN. Niaga. Jkt.Pst., tanggal 8 April 2011. Dalam perkara ini, merek IKEA yang diakui sebagai *coined mark* atau merek karena bukan berasal dari nama/kata-kata umum, mendalilkan sebagai merek terkenal di dunia sejak tahun 1943, yang di Indonesia terdaftar dalam barang kelas 21, kelas 24, kelas 11, kelas 35 dan kelas 42, sedangkan Angsa Daya sebagai pemilik merek IKEMA dengan produk barang kelas 19 digugat karena telah meniru, menjiplak dan membonceng keterkenalan merek IKEA. Sebabnya, merek IKEMA memiliki persamaan pada keseluruhan atau pada sebagian dengan IKEA, sehingga dapat menyesatkan atau mengecoh konsumen. IKEA juga mendalilkan kelas barang merek IKEMA memiliki persamaan jenis atau kelas barang dengan merek IKEA, atas dasar persamaan asal (*herkost*), cara pembuatan, sifat (*aard*) dan tujuan dari pemakaian barang. Disisi lain IKEMA adalah brand ubin keramik kedua yang diluncurkan PT. Angsa Daya dengan target market menengah ke bawah. Desain IKEMA dikemas sedemikian rupa hingga lebih diterima oleh pasar menengah ke bawah.

Dalam sengketa merek terkenal asing dengan merek lokal seringkali merek lokal dikalahkan. Hal ini terjadi karena pemilik merek lokal sering diposisikan sebagai pihak yang salah dan di anggap memiliki itikad buruk (*bad faith*) yang dengan sengaja menggunakan merek terkenal untuk membonceng ketenaran merek tersebut. Padahal tidak semua pengusaha lokal mendaftarkan mereknya dengan itikad buruk dengan maksud membonceng ketenaran suatu merek. Undang-Undang Merek tidak dapat menerima pendaftaran merek jika terdapat unsur itikad buruk dalam pendaftaran merek. Itikad baik (*good faith*) merupakan suatu syarat dalam pendaftaran merek. Berdasarkan prinsip ini, hanya pendaftar beritikad baiklah yang akan mendapatkan perlindungan hukum.⁵ Merek lokal dengan merek asing tersebut mempunyai persamaan pada keseluruhan atau (setidak-tidaknya) pada pokoknya untuk barang sejenis sekelas atau kah berbeda kelas akan tetapi jenis barangnya sama sebagaimana dimaksud bahwa keramik diketahui secara umum fungsinya adalah sebagai melapisi/pelapis tembok/dinding atau lantai yang selanjutnya dipasangkan/ dilapisi/ direkatkan diberi keramik agar terhindar dari kerusakan, kotor, basah, selalu kering, apabila kotor mudah dibersihkan, seperti misalnya diarea dapur dan kamar mandi/WC, agar kedua area yang mudah kotor tersebut mudah dibersihkan sehingga tembok/dinding atau lantai itu perlu dilapisi keramik untuk memudahkan perawatan sehari-hari dan tidak perlu mengecat ulang lagi. Sebagaimana diuraikan di atas, produk barang merek asing (IKEA) dengan merek lokal (IKEMA) itu ternyata sama sejenis baik sekelas maupun tidak sekelas akan tetapi sama produk barangnya.

Dalam sengketa merek lokal melawan merek terkenal asing, merek lokal selalu dinilai memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek terkenal asing. Padahal ada hal lain yang dapat menjadi alasan dibatalkannya suatu merek terhadap merek terkenal, yakni perbedaan jenis barang atau jasa. Hal ini jarang menjadi pertimbangan majelis hakim dalam memutus sengketa merek terkenal asing melawan merek lokal. Akibatnya merek lokal selalu di anggap membonceng ketenaran merek asing. Salah satu sengketa merek terkenal asing yang terjadi di

⁵O.C Kaligis, *Teori & Praktik Hukum Merek Indonesia*, Bandung: P.T Alumni, 2008, hlm.14.

Indonesia adalah antara Inter Ikea System B.V, perusahaan asing asal Belanda pemilik merek “IKEA” dengan PT. Angsa Daya, perusahaan lokal pemilik merek “IKEMA”.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis mengangkat permasalahan perlindungan hukum terhadap merek karena saat ini industri tersebut semakin berkembang dengan sedemikian pesatnya, sehingga sangat menarik untuk dikaji lebih lanjut dan menuangkan dalam bentuk perlindungan hukum yang diberikan untuk merek lokal tersebut dalam bentuk proposal skripsi dengan judul : **Bentuk Perlindungan Hukum Bagi Merek Lokal Yang Memiliki Kemiripan Unsur Dengan Merek Asing (Putusan Nomor : 39 / Merek / 2011 / PN. Niaga. Jkt.Pst.)**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, maka penulis mengidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Apa bentuk perlindungan hukum terhadap pemilik merek lokal selaku pemegang hak merek ?
2. Apa akibat hukum bagi pihak pemegang merek lokal atas pelanggaran terhadap merek asing ?
3. Apa *Ratio Decidendi* Hakim terhadap sengketa merek antara produk lokal dengan produk asing berdasarkan putusan No. 39 / Merek / 2011 / PN. Niaga Jkt.Pst. ?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

- a. Melengkapi dan memenuhi tugas sebagai persyaratan pokok yang bersifat akademis guna meraih gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Jember.
- b. Sebagai salah satu sarana untuk mengembangkan ilmu dan pengetahuan hukum yang diperoleh dari perkuliahan yang bersifat teoritis dengan praktik yang terjadi dalam masyarakat.

- c. Untuk menambah pengalaman dan memberikan sumbangan pemikiran yang berguna bagi kalangan umum, bagi para mahasiswa fakultas hukum dan almamater.

1.3.2 Tujuan Khusus

Selanjutnya, tujuan khusus yang hendak dicapai dari penulisan skripsi ini antara lain :

- a. Mengetahui dan menganalisis bentuk perlindungan hukum terhadap merek lokal selaku pemegang hak merek.
- b. Mengetahui dan menganalisis akibat hukum bagi pihak merek lokal atas pelanggaran hak merek terhadap merek asing.
- c. Mengetahui dan menganalisis *Ratio Decidendi* Hakim terhadap sengketa merek antara produk lokal dengan produk asing berdasarkan putusan No. 39 / Merek / 2011 / PN. Niaga Jkt.Pst.

1.4 Metode Penelitian

Guna menjaga suatu kebenaran ilmiah, maka dalam suatu penulisan harus mempergunakan metode penulisan yang tepat karena hal tersebut sangat diperlukan dan merupakan pedoman dalam rangka mengadakan analisis terhadap data hasil penelitian. Ciri dari karya ilmiah di bidang hukum adalah mengandung kesesuaian dan mengandung kebenaran yang dapat dipertanggungjawabkan. Mengadakan suatu penelitian karya ilmiah mutlak menggunakan metode, karena dengan metode tersebut berarti penyelidikan yang berlangsung menurut suatu rencana tertentu. Menempuh suatu jalan tertentu untuk mencapai suatu tujuan, artinya peneliti tidak bekerja secara acak – acakan melainkan setiap langkah yang di ambil harus jelas serta ada pembatasan – pembatasan tertentu untuk menghindari jalan menyesatkan dan tidak terkendalikan. Metode merupakan suatu tipe pemikiran yang dipergunakan dalam penelitian dan penilaian.

Penggunaan metode didalam melakukan suatu penelitian karya ilmiah dapat digunakan untuk menggali, mengolah, dan merumuskan bahan – bahan hukum yang diperoleh sehingga mendapatkan kesimpulan yang sesuai dengan

kebenaran ilmiah untuk menjawab isu yang dihadapi. Sehingga pada akhirnya dapat ditarik kesimpulan yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Oleh karena itu, suatu metode digunakan agar dalam skripsi ini dapat mendekati suatu kesempurnaan yang bersifat sistematis dalam penulisannya. Berikut metode penelitian yang dipergunakan dalam penyusunan skripsi ini :

1.4.1 Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang dipergunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah Yuridis Normatif, artinya permasalahan yang di angkat, dibahas dan di uraikan dalam penelitian ini difokuskan dengan menerapkan kaidah – kaidah atau norma – norma dalam hukum positif. Tipe penelitian yuridis normatif dilakukan dengan mengkaji berbagai macam aturan hukum yang bersifat formal seperti Undang – Undang, literatur – literatur yang bersifat konsep teoritis yang kemudian dihubungkan dengan permasalahan yang menjadi pokok pembahasan.⁶

1.4.2 Pendekatan Masalah

Dalam penyusunan skripsi, penulis menggunakan 2 (dua) macam pendekatan, yang diuraikan sebagai berikut :

1. Pendekatan Perundang-undangan (*Statute Approach*)

Pendekatan Perundang-undangan (*statute approach*) yaitu suatu pendekatan perundang-undangan dilakukan dengan menelaah semua undang-undang dan regulasi yang bersangkutan paut dengan isu hukum yang sedang ditangani. Pendekatan perundang-undangan dalam penelitian hukum normatif memiliki kegunaan baik secara praktis maupun akademis. Bagi penelitian untuk kegiatan praktis, pendekatan undang-undang ini akan membuka kesempatan bagi peneliti untuk mempelajari adakah konsistensi dan kesesuaian antara suatu undang-undang dengan undang-undang lainnya atau antara undang-undang dengan

⁶Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2017, hlm.194

Undang-Undang Dasar atau regulasi dan undang-undang. Hasil dari telaah tersebut merupakan suatu argumen untuk memecahkan isu yang dihadapi.⁷

2. Pendekatan Konseptual (*Conceptual Approach*)

Pendekatan Konseptual (*conceptual approach*) adalah suatu pendekatan konseptual beranjak dari pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin yang berkembang di dalam ilmu hukum. Dengan mempelajari pandang-pandangan dan doktrin-doktrin di dalam ilmu hukum, peneliti akan menemukan ide-ide yang melahirkan pengertian-pengertian hukum, konsep-konsep hukum, dan asas-asas hukum relevan dengan isu yang dihadapi. Pemahaman akan pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin tersebut merupakan sandaran bagi peneliti dalam membangun suatu argumentasi hukum dalam memecahkan isu yang dihadapi.⁸

1.4.3 Bahan Hukum

Bahan hukum adalah bagian terpenting dalam penelitian hukum. Tanpa bahan hukum tidak akan mungkin dapat ditemukan jawaban atas isu hukum yang diketengahkan. Untuk memecahkan isu hukum yang dihadapi digunakan bahan hukum sebagai sumber penelitian hukum. Bahan hukum dapat dibedakan menjadi bahan hukum primer (*primary source*) dan bahan hukum sekunder (*secondary source*).⁹

1.4.3.1 Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer dapat dibedakan lagi menjadi bahan hukum primer yang bersifat *mandatory authority* (meliputi peraturan perundang-undangan yang dikeluarkan di wilayah hukum sendiri dan putusan hakim) dan *persuasive authority* (meliputi peraturan perundang-undangan di wilayah hukum negara lain

⁷*Ibid*, hal.59

⁸*Ibid*, hal.60

⁹Dyah Ochtorina Susanti dan A'an Efendi, *Penelitian Hukum (Legal Research)*, Jakarta: Sinar Grafika, 2015, hlm.48

tetapi menyangkut hal yang sama dan putusan hakim di wilayah yuridiksi negara lain) :¹⁰

- 1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
- 2) Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Merek
- 3) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Merek dan Indikasi Geografis

1.4.3.2 Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder adalah juga seluruh informasi tentang hukum yang berlaku atau yang pernah berlaku di suatu negeri. Keberadaan bahan-bahan hukum sekunder, secara formal tidak sebagai hukum positif.¹¹ Adapun yang termasuk dalam bahan-bahan hukum sekunder ini adalah buku-buku teks, laporan penelitian hukum, jurnal hukum yang memuat tulisan-tulisan kritik para ahli dan para akademisi terhadap berbagai produk hukum perundang-undangan dan atau terbitan lain dan situs-situs internet.

1.4.4 Analisis Bahan Hukum

Melakukan analisa bahan hukum merupakan suatu metode atau cara yang digunakan penulis dalam menentukan jawaban atas permasalahan yang dibahas. Sebagai cara untuk menarik kesimpulan dari hasil penelitian yang sudah terkumpul dipergunakan metode analisa bahan hukum deduktif, yaitu suatu metode penelitian berdasarkan konsep atau teori yang bersifat umum diaplikasikan untuk menjelaskan tentang seperangkat bahan hukum, atau menunjukkan komparasi atau hubungan seperangkat data dengan seperangkat data yang lain dengan sistematis berdasarkan kumpulan bahan hukum yang diperoleh, ditambahkan pendapat para sarjana yang mempunyai hubungan dengan bahan kajian sebagai bahan komparatif. Langkah-langkah selanjutnya yang dipergunakan dalam melakukan suatu penelitian hukum, yaitu :

¹⁰*Ibid*, hlm.52

¹¹*Ibid*, hlm.54

- a) Mengidentifikasi fakta hukum dan mengeliminir hal hal yang tidak relevan untuk menetapkan isu hukum yang hendak dipecahkan ;
- b) Pengumpulan bahan-bahan hukum dan sekiranya dipandang mempunyai relevansi juga bahan-bahan non hukum ;
- c) Melakukan telaah atas isu hukum yang di ajukan berdasarkan bahan-bahan yang telah dikumpulkan ;
- d) Menarik kesimpulan dalam bentuk argumentasi yang menjawab isu hukum ;
- e) Memberikan preskripsi berdasarkan argumentasi yang telah dibangun di dalam kesimpulan.¹²

Langkah-langkah ini sesuai dengan karakter ilmu hukum sebagai ilmu yang bersifat preskriptif dan terapan. Ilmu hukum sebagai ilmu yang bersifat preskripsi, mempelajari tujuan hukum, nilai-nilai keadilan, validitas aturan hukum, konsep-konsep hukum dan norma-norma hukum. Ilmu hukum sebagai ilmu terapan, menerapkan standart prosedur, ketentuan-ketentuan, rambu-rambu dalam melaksanakan aturan hukum. Oleh karena itu, langkah-langkah tersebut dapat dterapkan baik terhadap penelitian untuk kebutuhan praktis maupun yang untuk kajian akademis.

¹²Peter Mahmud Marzuki, *Op,Cit*, hlm.171

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Perlindungan Hukum

Perlindungan Hukum merupakan gambaran dari bekerjanya fungsi hukum untuk mewujudkan tujuan-tujuan hukum, yakni keadilan, kemanfaatan, dan kepastian hukum. Perlindungan hukum adalah suatu perlindungan yang diberikan kepada subyek hukum sesuai dengan aturan hukum, baik itu yang bersifat *preventif* (pencegahan) maupun dalam bentuk yang bersifat *represif* (pemaksaan), baik yang secara tertulis maupun tidak tertulis dalam rangka menegakkan peraturan hukum.

2.1.1 Pengertian Perlindungan Hukum

Menurut R. Soeroso hukum dapat di deskripsikan sebagai berikut :

Kata hukum berasal dari bahasa Arab dan merupakan bentuk tunggal. Kata jamaknya adalah “*alkas*” yang selanjutnya diambil alih dalam bahasa Indonesia menjadi hukum. Dalam pengertian hukum terkandung pengertian erat dengan pengertian yang dapat melakukan paksaan.¹³ Hukum adalah peraturan yang memaksa, akan tetapi tidak untuk memaksakan sesuatu pada seseorang melainkan untuk melindungi kepentingan-kepentingan manusia. Hal ini disebabkan karena kepentingan itu kerap kali diancam atau dilanggar oleh pihak tertentu sehingga hukum perlu mengamankannya dan bila perlu memaksa.¹⁴

Menurut R. Soeroso¹⁵, hukum adalah himpunan peraturan yang dibuat oleh yang berwenang dengan tujuan untuk mengatur tata kehidupan bermasyarakat yang mempunyai ciri memerintah dan melanggar serta mempunyai sifat memaksa dengan menjatuhkan sanksi hukuman bagi yang melanggarnya. Perlindungan hukum terdiri dari 2 (dua) suku kata yaitu perlindungan dan hukum artinya perlindungan hukum menurut undang-undang yang berlaku. Perlindungan

¹³ R Soeroso, *Pengantar Ilmu Hukum*, Jakarta: Sinar Grafika, 1992, hlm.24

¹⁴*Ibid*, hlm.24

¹⁵Prakoso Purnomo, diposting Juli 2015, *Pengertian Perlindungan Hukum dan Penegakannya*, diakses di <http://www.prakoso.com/2011/02/pengertian-perlindungan-hukum.html>, diakses tanggal 9 Januari 2018 jam 20.35 WIB

hukum merupakan sarana untuk mewujudkan dan mempertahankan keadilan yang menjadi jiwa dan tujuan dari hukum.

Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, menyatakan bahwa : Negara Indonesia adalah Negara hukum, artinya adalah penyelenggaraan Negara disegala bidang harus didasarkan pada aturan hukum yang adil dan pasti sehingga tidak didasarkan pada kepentingan ekonomi semata. Selanjutnya ketentuan Pasal 28D ayat (1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 bahwa, Setiap orang berhak atas pengakuan, jaminan, perlindungan, dan kepastian hukum yang adil serta perlakuan yang sama dihadapan hukum, artinya pengakuan hukum, jaminan hukum, perlindungan hukum, dan kepastian hukum yang diberikan kepada setiap warga Negara harus berdasarkan pada asas keadilan dan kesetaraan hukum. Roscoe Pounds menyebutkan bahwa hukum itu adalah keseimbangan kepentingan, bahwa : hukum itu adalah menata kepentingan-kepentingan yang ada dalam masyarakat. Kepentingan-kepentingan tersebut harus ditata sedemikian rupa agar tercapai keseimbangan yang proporsional. Perlindungan hukum pada akhirnya mewujudkan keseimbangan kepentingan dalam masyarakat. ¹⁶

Pada dasarnya setiap warga negara sama kedudukannya dalam hukum, sehingga setiap warga negara berhak mendapatkan perlindungan hukum tanpa terkecuali. Perlindungan hukum harus sejalan dengan tujuan hukum secara umum, yaitu untuk menegakkan keadilan, sehingga ketertiban dan ketentraman masyarakat dapat terwujud. Hukum ditempatkan sebagai institusi yang memiliki fungsi vital dalam kehidupan sosial.

2.1.2 Unsur-Unsur Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia adalah perbuatan (hal dan sebagainya) melindungi; pertolongan (penjagaan dan sebagainya). ¹⁷ Sehingga berdasarkan pengertian diatas seseorang berhak

¹⁶ Roscoe Pounds, *Teori Hukum ; Strategi Tertib Manusia Lintas Ruang dan Generasi*, Surabaya, Kita Press, 2006 , hlm.36

¹⁷ W.J.S. Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka. 1999, hlm.600

mendapatkan perlindungan dan melindungi orang lain. Perlindungan hukum haruslah tercermin dari berjalannya hukum, proses hukum dan akibat dilaksanakannya atau ditegakkannya hukum tersebut. Jika dilihat dari pengertian dan pemahaman terhadap perlindungan hukum diatas maka dapat diketahui unsur-unsur perlindungan hukum yaitu :¹⁸

1. Hukum tersebut merupakan sarana bagi siapa saja, artinya bahwa siapa saja yang haknya dilanggar dalam hidup bermasyarakat maka ia hendak mengajukan agar orang lain yang telah melakukan pelanggaran tersebut untuk ditindak oleh hukum itu,
2. Orang yang terbukti bersalah secara hukum tersebut dikenai sanksi yang telah ditentukan oleh hukum,
3. Asas kesamaan hukum (*rechtsgleichheit*) dalam arti material yaitu hukum dituntut sesuai dengan cita-cita keadilan dalam masyarakat,
4. Tujuan dari hukum itu adalah untuk menciptakan dan mempertahankan ketertiban dan keadilan dalam masyarakat,
5. Tidak adanya kesewenang-wenangan pihak yang mempunyai kekuasaan atau kesewenangan atas hukum tersebut.

Unsur-unsur tersebut apabila tidak tercermin maka dapat dipertanyakan akan terwujudnya perlindungan hukum dan kepastian dari hukum itu, juga tujuan hukum itu sendiri. Hukum dapat secara efektif menjalankan fungsinya untuk melindungi kepentingan manusia, apabila unsur-unsur tersebut dipenuhi.

2.1.3 Bentuk-Bentuk Perlindungan Hukum

Pengertian perlindungan hukum adalah suatu perlindungan yang diberikan terhadap subyek hukun dalam bentuk perangkat hukum baik yang bersifat *preventif* maupun yang bersifat *represif*, baik yang tertulis maupun tidak tertulis.

Menurut Philipus M. Hadjon, perlindungan hukum bagi rakyat dikenal dengan dua bentuk, yaitu perlindungan yang bersifat *preventif* dan perlindungan

¹⁸ Sri Soemantri. *Bunga Rampai Hukum Tata Negara Indonesia*. Bandung: Alumni, 1992, hlm.15

yang bersifat *repressif*. Perlindungan hukum yang bersifat *repressif* kepada warga negara diberikan kesempatan untuk mengajukan keberatan atau pendapatnya sebelum suatu keputusan pemerintah mendapat bentuk yang definitif. Dengan demikian, perlindungan hukum yang bersifat preventif bertujuan untuk mencegah terjadinya sengketa, sedangkan sebaliknya perlindungan hukum yang bersifat *repressif* bertujuan untuk menyelesaikan sengketa.¹⁹

Berdasarkan uraian di atas perlindungan hukum bertujuan untuk memberikan kepastian hukum kepada para subyek hukum dan menjamin rasa keadilan kepada para subyek hukum. Selain itu juga bertujuan untuk memberikan pengayoman terhadap hak asasi manusia (HAM) yang dirugikan orang lain dan perlindungan itu diberikan kepada subyek hukum agar dapat menikmati semua hak yang diberikan oleh hukum.

2.2 Hak Kekayaan Intelektual (HKI)

Hak kekayaan intelektual adalah hak yang timbul dari kemampuan berfikir atau olah pikir yang menghasilkan suatu produk atau proses yang berguna untuk manusia. Dalam ilmu hukum, hak kekayaan intelektual merupakan harta kekayaan khususnya hukum benda (*zakenrecht*) yang mempunyai objek benda intelektual, yaitu benda tidak berwujud yang bersifat immaterial maka pemilik hak atas kekayaan intelektual pada prinsipnya dapat berbuat apa saja sesuai dengan kehendaknya. Perlindungan dan penegakkan hukum HKI bertujuan untuk mendorong timbulnya inovasi, pengalihan dan penyebaran teknologi dan diperolehnya manfaat bersama antara penghasil dan pengguna pengetahuan teknologi, menciptakan kesejahteraan sosial dan ekonomi serta keseimbangan antara hak dan kewajiban. Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) merupakan salah satu isu penting dalam dunia usaha. Pelaku usaha yang menawarkan produk atau jasa, tentu ingin memperoleh jaminan perlindungan bahwa hak atas kekayaan intelektualnya tidak digunakan juga oleh pelaku usaha lain.

¹⁹ Philipus M. Hadjon. *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*. Surabaya: PT. Bina Ilmu, 2007, hlm.2

2.2.1 Pengertian Hak Kekayaan Intelektual (HKI)

Menurut Akbar Kurnia Wahyudi²⁰ HKI (sebagai terjemahan harfiah dari : *Intellectual Property Right*) merupakan :

“...body of law concerned with protecting both creative effort and economic investment in creative effort.” HKI biasanya di pilah kedalam dua kelas : Hak Cipta serta hak yang bersangkutan dengan Hak Cipta (*Neighboring Right*) dan Hak Milik Industri : Hak Paten, Merek, dan lain sebagainya. Pasca GATT/WTO yang menelurkan gagasan dalam TRIPS Agreement banyak yuris yang tidak terlalu mengkotak-kotakan HKI sedemikian. Terutama di Indonesia sistem hukum HKI telah berkembang menjadi 7 bentuk perlindungan yaitu : Hak Cipta, Paten, Merek, Desain Industri, Rahasia Dagang, Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu, Dan Perlindungan Varietas Tanaman.

Menurut Suyud Margono²¹ ,secara substantif pengertian HKI dapat dideskripsikan sebagai :

Hak atas kekayaan yang timbul atau lahir dari kemampuan intelektual manusia. Penggambaran tersebut di atas, memberikan penjelasan bahwa HKI memang menjadikan karya-karya yang timbul atau lahir dari kemampuan intelektual manusia sebagai inti dan objek pengaturannya. Jadi, pemahaman mengenai HKI karena merupakan pemahaman mengenai Hak Atas Kekayaan yang timbul atau lahir karena kemampuan intelektual tadi.

Dalam sejarah perkembangan asal Hak Kekayaan Intelektual, Mahadi menyatakan bahwa : Tidak diperoleh keterangan jelas tentang asal-usul kata “hak milik intelektual”. Kata intelektual yang dipergunakan dalam kalimat tersebut tidak diketahui ujung pangkalnya. Mahadi²² menyebutkan bahwa :

Namun demikian, dalam kepustakaan hukum *Anglo Saxon* dikenal sebutan *Intellectual Property Right* dimana kata tersebut diterjemahkan dalam bahasa Indonesia menjadi Hak Milik Intelektual, yang sebenarnya lebih tepat disebut dengan Hak Kekayaan Intelektual. Alasannya adalah kata “hak milik” sebenarnya sudah merupakan istilah baku dalam kepustakaan hukum. Padahal tidak semua hak kekayaan intelektual itu merupakan hak milik dalam arti

²⁰ Akbar Kurnia Wahyudi, *Masalah Perlindungan Haki Bagi Traditional Knowledge*, Yogyakarta : Tinta Media Pratama, 2007, hlm.18

²¹ Suyud Margono & Amir Angkasa, *Komersialisasi Aset Intelektual (Aspek Hukum Bisnis)*, Jakarta : Gramedia Widiasarana Indonesia, 2002, hlm.3-4

²² Mahadi, *Hak Milik Immateriil*, Jakarta : BPHN-Bina Cipta, 1995, hlm.4

yang sesungguhnya. Bisa merupakan hak untuk memperbanyak saja, atau untuk menggunakan nya dalam produk tertentu.

Hak Kekayaan Intelektual (HKI) jika ditelusuri lebih jauh, sebenarnya merupakan bagian dari benda, yaitu benda tidak berwujud (benda immaterial). Benda dalam kerangka hukum perdata dapat diklasifikasikan dalam berbagai kategori. Salah satu diantara kategori tersebut, adalah pengelompokan benda dalam klasifikasi benda berwujud dan benda tidak berwujud. Untuk hal ini dapat dilihat dalam batasan benda sebagaimana disebutkan dalam ketentuan Pasal 499 KUH Perdata yang menyatakan : menurut Undang-undang yang dimaksud dengan benda (*zaken*) adalah tiap barang (*goederen*) dan tiap hak (*rechten*) yang dapat menjadi obyek dari hak milik.

2.2.2 Ruang Lingkup Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual

Tumbuhnya konsepsi kekayaan atas karya-karya intelektual manusia pada akhirnya menimbulkan kebutuhan untuk melindungi atau mempertahankan kekayaan tersebut. Pada gilirannya akan melahirkan konsepsi perlindungan hukum atas kekayaan intelektual (Intellectual Property) tadi, termasuk di dalamnya pengakuan hak terhadapnya. Sesuai dengan hakikatnya pula, HKI dikelompokkan sebagai hak milik perorangan yang sifatnya tidak berwujud (intangibile). Paham mengenai hak milik Indonesia yang berlaku hingga saat ini pada dasarnya tergantung pada konsepsi kebendaan. Lebih dari itu, konsep itupun ternyata sangat bergantung pada asumsi fisik, yaitu tanah/alam dan benda lain yang dikandung atau tumbuh di atasnya. Kalaupun demikian, berkembang pada asumsi non-fisik atau benda tidak berwujud, hak-hak seperti itu masih bersifat derivatif dari hak-hak yang berpangkal dari konsep kebendaan tadi. Buku kedua tentang kebendaan dalam KUH Perdata yang selama ini diberlakukan memperlihatkan kesemuanya itu. Buku kedua KUH Perdata ini belum menampung tentang hak-hak atas kekayaan intelektual manusia itu sendiri.

Berdasarkan sudut pandang HKI pertumbuhan aturan tersebut diperlukan karena adanya sikap penghargaan, penghormatan, dan perlindungan yang tidak saja akan memberikan rasa aman, tetapi juga akan mewujudkan iklim yang

kondusif bagi peningkatan semangat untuk menghasilkan karya-karya yang lebih besar, lebih baik dan lebih banyak. Jika harus dilihat dari sisi nasional bahwa manusia Indonesia berperan sebagai pelaku atau pelaksana dan meningkatnya profesionalitas dan produktivitas merupakan sesuatu yang benar-benar dan ingin diwujudkan, maka pertumbuhan dan pengembangan HKI dalam system hukum di Indonesia memiliki arti yang penting. Konkretnya, sasaran berupa kehidupan masyarakat yang seimbang tercapai jika terdapat kehidupan ekonomi yang seimbang pula dalam kaitannya dengan industri.

Pada prinsipnya harus tercipta salah satu tatanan ekonomi yang bertumpu pada sektor industri, tanpa mengabaikan pentingnya faktor produksi yang lain ; seperti modal, keahlian, tenaga kerja, dan manajemen dengan teknologi, industri kian mampu menghasilkan produk yang secara teknologi mampu memenuhi kebutuhan hidup baik dalam arti kuantitatif maupun kualitatif. Teknologi pula yang mampu memberikan efektivitas sekaligus kenyamanan (*comfortability*) dengan tingkat harga dan nilai yang semakin bersaing.

Kebutuhan akan pertumbuhan dan pengembangan sistem HKI sebenarnya berakar pada kebutuhan masyarakat itu sendiri. Setidaknya kebutuhan tersebut juga merupakan bagian dari kebutuhan masyarakat terhadap hukum nasional. Pengembangan HKI terwujud dalam kebutuhan akan perlindungan hukum yang bertumpu pada pengakuan terhadap Hak atas Kekayaan Intelektual dan hak untuk atau dalam waktu tertentu mengeksplorasi-komersialisasi atau menikmati sendiri kekayaan tersebut. Selama kurun waktu tertentu orang lain hanya dapat menikmati atau menggunakan atau mengeksplorasi hak tersebut atas ijin pemilik hak. Karena itu, perlindungan dan pengakuan hak tersebut atas ijin pemilik hak. Karena itu, perlindungan dan pengakuan hak tersebut hanya diberikan khusus kepada orang yang memiliki kekayaan tadi sehingga sering dikatakan bahwa hak seperti itu, eksklusif sifatnya.²³

Salah satu produk globalisasi adalah Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang merupakan kapitalisasi dari intelektualitas manusia (*creative capital*). Orang yang memiliki ide dan gagasan unik dapat memproteksi idenya itu dan menghalangi orang lain menggunakannya. Ide dapat didaftarkan sebagai hak

²³ Surahno, *Lisensi Di Bidang Hak Cipta*, 2003, dipublikasikan di www.undip.ac.id, diakses tanggal 9 Januari 2018 jam 21.00 WIB

cipta, paten, merek, dan desain industri. Di zaman ini ide bukan lagi hal yang bisa di anggap remeh. Hal ini dapat dilihat dari pendaftaran paten di Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual yang relatif terus meningkat, walau hal ini lebih disebabkan oleh peningkatan registrasi paten asing dibandingkan registrasi paten lokal. Tujuan perusahaan asing meregistrasi paten sebanyak-banyaknya di Indonesia adalah untuk melindungi kepentingan bisnisnya yang pada akhirnya bermotivasi ekonomi.²⁴

2.3 Hak Merek

Merek bisa jadi merupakan bentuk perlindungan HKI yang paling dekat dengan kehidupan kita sehari-hari. Barang atau jasa apapun yang dibutuhkan, lebih sering kita sebut dengan nama dagangnya ketimbang nama generiknya. Merek juga biasa dikenal dengan istilah brand 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/jasa yang dimaksud. Tak heran jika branding menjadi bagian yang sangat penting dalam pemasaran suatu produk/jasa. Hak Merek adalah bentuk perlindungan HKI yang memberikan hak eksklusif bagi pemilik merek terdaftar untuk menggunakan merek tersebut dalam perdagangan barang dan/atau jasa, sesuai dengan kelas dan jenis barang/jasa untuk mana merek tersebut terdaftar.

2.3.1 Pengertian dan Fungsi Hak Merek

Menurut Muhammad Djumhana dan R. Djubaedillah merek di artikan sebagai berikut :

Pengertian merek menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, merek adalah tanda yang dikenakan oleh pengusaha (pabrik, produsen dan sebagainya) pada barang yang dihasilkan sebagai tanda pengenal, cap (tanda) yang menjadi pengenal untuk menyatakan nama dan sebagainya. Menurut Mollengraaf, merek yaitu “dengan mana dipribadikanlah sebuah barang tertentu untuk menunjukkan asal barang

²⁴Departemen Perdagangan Indonesia, “*Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*”, 2008, hlm.35

dan jaminan kualitasnya sehingga bisa di bandingkan dengan barang-barang sejenis yang dibuat dan diperdagangkan oleh orang lain”.²⁵

Berdasarkan Pasal 1 angka 1 UU 20/2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang dimaksud dengan 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. Pendaftaran merek untuk memperoleh Hak Merek bukan berarti ijin untuk menggunakan merek itu sendiri. Siapapun berhak memakai merek apapun didaftar ataupun tidak sepanjang tidak sama dengan merek terdaftar milik orang lain di kelas dan jenis barang/jasa yang sama. Hanya saja, dengan merek terdaftar, si pemilik merek punya hak melarang siapapun untuk menggunakan merek yang sama dengan merek terdaftar miliknya tadi, tentunya untuk kelas dan jenis barang/jasa yang sama. Daya pembeda yang dimaksud adalah tanda yang digunakan sebagai merek tidak boleh terlalu sederhana dan tidak boleh terlalu rumit sehingga menjadi tidak jelas. Merek yang bentuknya sederhana dan terlalu rumit akan membingungkan masyarakat apakah tanda itu sebagai merek atau bukan.²⁶

Selain batasan yuridis, ada beberapa sarjana yang memberikan pendapat mengenai pengertian merek:²⁷

1. H.M.N Purwosutjipto, merumuskan bahwa merek adalah suatu tanda dengan nama suatu benda tertentu dipribadikan, sehingga dapat dibedakan dengan benda lain yang sejenis.
2. Muhammad Djumhana dan R. Djubaedillah, merumuskan bahwa merek adalah nama dipribadikan sebuah barang tertentu, untuk menunjukkan asal barang, dan jaminan kualitas sehingga bias dibandingkan dengan barang-barang sejenis yang dibuat dan diperdagangkan oleh orang atau perusahaan lain.

²⁵ Muhammad Djumhana dan R. Djubaedillah, *Op. Cit*, hlm.121.

²⁶Sudargo Gautama dan Rizwanto Winato, *Undang-Undang Merek Baru Tahun 2001*, Citra Aditya Bandung, 2002, hlm.51.

²⁷ Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (intellectual Property Rights)*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 1997, hlm.7.

3. Todung Mulya Lubis, mengemukakan bahwa merek adalah sebuah tanda yang pada dirinya terkandung daya pembedaan yang cukup *capable of distinguishing* dengan barang-barang lain yang sejenis. Kalau tidak ada pembedaan, maka tidak mungkin disebut merek.

Dalam Pasal 1 angka 2, 3, 4 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, jenis merek digolongkan menjadi 3 yang digunakan dalam dunia usaha perdagangan, adapun jenis merek dapat dibedakan atas dasar jenis penggunaannya dalam produk barang atau jasa antara lain : Merek Dagang, Merek Jasa, Merek Kolektif.²⁸

a. Merek Dagang

Menurut Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis bahwa Merek dagang adalah merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama – sama untuk membedakan dengan barang-barang sejenis lainnya. Disini merek dalam penggunaannya melekat pada barang hasil produksi yang bersangkutan, dan memberikan ciri atau tanda untuk membedakan dengan barang hasil produksi lainnya. Hal ini dapat kita lihat merek dagang pada merek batik Jogja, merek batik Pekalongan, dan sebagainya.

b. Merek Jasa

Berdasarkan Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis bahwa merek jasa adalah merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan seseorang atau beberapa orang atau bersama-sama atau adan hukum untuk membedakan dengan jasa-jasa sejenis lainnya. Merek ini digunakan pada jasa yang bersangkutan misalnya jasa pelayanan salon, jasa pelayanan hotel, jasa konsultan dan lain sebagainya yang digunakan dalam kegiatan usaha seperti jasa dalam Lembaga Pendidikan LIA dan lain-lain.

²⁸ Sentosa Sembiring, *Himpunan Peraturan Perundang-undangan RI Tentang Waralaba*, PT. Nuansa Aulia, Bandung ,2008, hlm.57

c. Merek Kolektif

Merek Kolektif yang digunakan pada barang dan/atau jasa dengan karakteristik yang sama yang diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa sejenis lainnya.²⁹

Berdasarkan Pasal 1 angka 4 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, merek kolektif adalah merek yang digunakan pada barang dan/atau jasa dengan karakteristik yang sama diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa sejenis lainnya. Selanjutnya menurut Pasal 46 angka 1 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menyatakan bahwa Hak atas Merek Kolektif terdaftar hanya dapat dialihkan kepada pihak penerima yang dapat melakukan pengawasan efektif sesuai dengan ketentuan penggunaan Merek Kolektif tersebut. Menurut Pasal 50 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Bahwa Merek Kolektif terdaftar tidak dapat dilisensikan kepada pihak lain.

Melihat arti merek dan objek yang dilindunginya, maka merek digunakan untuk membedakan barang atau produksi 1 (satu) perusahaan dengan barang atau jasa produksi perusahaan lain yang sejenis. Lebih lanjut, merek adalah tanda pengenal asal barang dan jasa, sekaligus mempunyai fungsi menghubungkan barang dan jasa yang bersangkutan dengan produsennya, maka hal itu menggambarkan jaminan kepribadian *individuality* dan reputasi barang dan jasa hasil usahanya tersebut sewaktu diperdagangkan.³⁰

Merek juga memberikan jaminan nilai atau kualitas dari barang dan jasa yang bersangkutan. Hal itu tidak hanya bagi produsen pemilik merek tersebut, tetapi juga memberikan perlindungan dan jaminan mutu barang kepada

²⁹ Gautama Sudargo, *Segi-segi Hak Milik Intelektual*, Alumni Bandung, 1990, hlm.1

³⁰ Muhammad Djumhana, *Hak Milik Intelektual: sejarah, Teori dan Praktiknya di Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1997, hlm.170

konsumen. Merek berfungsi sebagai sarana promosi *means of trade promotion* dan reklame bagi produsen atau pengusaha-pengusaha yang memperdagangkan barang atau jasa yang bersangkutan. Dalam pasar luar negeri, merek sering kali adalah satu-satunya cara untuk menciptakan dan mempertahankan “*goodwill*” dimata konsumen. Merek tersebut adalah simbol dengan mana pihak pedagang memperluas pasarannya diluar negeri dan juga mempertahankan pasaran tersebut. *Goodwill* atas merek adalah sesuatu yang tidak ternilai dalam memperluas pasaran, merek juga dapat bertugas merangsang pertumbuhan industri perdagangan yang sehat, dan menguntungkan semua pihak.

Berdasarkan uraian diatas fungsi merek adalah sebagai berikut:

1. Sebagai identitas atau tanda pengenal untuk membedakan produk perusahaan yang satu dengan produk perusahaan yang lainnya *Product Identity*.
2. Sebagai sarana promosi dagang *Means Of Trade Promotion*.
3. Sebagai jaminan atas mutu barang atau jasa *Quality Guarantee*.
4. Penunjukan asal barang atau jasa yang dihasilkan *Source of origin*.³¹

Pemberian perlindungan hak atas merek, hanya diberikan kepada pemilik merek yang mereknya sudah terdaftar saja. Perlindungan merek diberikan manakala terjadi suatu pelanggaran merek yang dilakukan oleh pihak yang tidak mempunyai hak terhadap suatu merek. Dalam dunia perdagangan merek mempunyai peranan yang penting, karena dengan merek yang terkenal maka akan dapat mempengaruhi keberhasilan suatu usaha terutama dalam hal pemasaran. Dalam dunia perdagangan sering terjadi pelanggaran terhadap merek terkenal. Pelanggaran terjadi karena ada pihak yang tidak mempunyai hak menggunakan merek terdaftar untuk kepentingannya. Penyebab pelanggaran merek yang terjadi di Indonesia adalah sebagai berikut :

³¹ Abdulkadir Muhamad, *Op.cit.* hlm.121

- a. Undang-Undang HAKI di Indonesia masih lemah, Pangsa pasar umumnya masyarakat lebih senang membeli produk yang harganya murah walaupun kualitasnya rendah.
- b. Lemahnya pengawasan dan pelaksanaan peraturan tersebut.
- c. Animo masyarakat terhadap produk bermerek tetapi harganya murah.
- d. Daya beli masyarakat yang masih rendah.
- e. Kurang memperhatikan kualitas suatu produk.
- f. Tingkat kesadaran masyarakat terhadap pelanggaran merek yang masih rendah.
- g. Kondisi perekonomian dimana masyarakat cenderung membeli merek palsu, karena murah.³²

Perlindungan terhadap merek terkenal diberikan oleh Negara melalui undang-undang baik perlindungan yang bersifat *preventif* maupun yang bersifat *represif*. Perlindungan yang *preventif* terdapat dalam Pasal 4 sampai 6 UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, sedangkan perlindungan *represif* ada dalam Pasal Ketentuan Pidana dari Pasal 100 sampai dengan Pasal 103 UU No 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Apabila terjadi pelanggaran merek maka pemilik merek akan dilindungi oleh pasal *preventive* dan pasal *represif*.

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 Kantor Pengadilan Niaga. Dengan perlindungan tersebut maka akan terwujud keadilan yang menjadi tujuan dari hukum. Salah satu tujuan hukum adalah mewujudkan keadilan masyarakat. Dengan perlindungan hukum maka pemilik merek yang sah terlindungi hak-haknya. Negara wajib memberikan perlindungan terhadap pihak-pihak yang dirugikan sesuai dengan konteks *State Law*.

³² Wahdini Syafrina S.Tala, *Identifikasi Faktor-Faktor Penyebab Sengketa Merek Terkenal*, 2008, diakses di <http://repository.usu.ac.id/handle/123456789/5434>, diakses tanggal 10 Januari 2018 jam 10.00 WIB

Berdasarkan Pasal 20 UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, dinyatakan bahwa Merek tidak bisa didaftarkan apabila Merek tersebut mengandung salah satu unsur di bawah ini :

- a. Bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, moralitas agama, kesusilaan, atau ketertiban umum. Pengertian bertentangan dengan moralitas agama, kesusilaan atau ketertiban umum adalah apabila penggunaan tanda tersebut dapat menyinggung perasaan, kesopanan, ketentraman atau keagamaan dari khalayak umum atau dari golongan masyarakat tertentu.
- b. Tidak memiliki daya pembeda. Tanda dianggap tidak memiliki daya pembeda apabila tanda tersebut terlalu sederhana seperti satu tanda garis atau satu tanda titik, ataupun terlalu rumit sehingga tidak jelas.
- c. Telah menjadi milik umum. Salah satu contoh Merek seperti ini adalah tanda tengkorak diatas dua tulang yang bersilang, yang secara umum telah diketahui sebagai tanda bahaya. Tanda seperti itu adalah tanda yang bersifat umum dan telah menjadi milik umum. Oleh karena itu tanda itu tidak dapat digunakan sebagai Merek.
- d. Merupakan keterangan atau berkaitan dengan barang atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya. Merek tersebut berkaitan atau hanya menyebutkan barang atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya, contohnya Merek Kopi atau gambar kopi untuk jenis barang kopi atau untuk jenis produk kopi. Hal ini termasuk *generic terms* (Merek yang merupakan keterangan barang atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya). Sedangkan merek yang berkaitan dengan barang atau jasa yang dimohonkan disebut sebagai *descriptive terms*. Contohnya adalah menggunakan merek *SWEET* untuk produk coklat. Merek seperti ini akan ditolak pendaftarannya karena kata *SWEET* menggambarkan produk coklat yang secara umum rasanya adalah manis.³³

³³Tomi Suryo Utomo, *Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di Era Global Sebuah Kajian Kontemporer*, Penerbit Graha Ilmu, Yogyakarta, 2010, hlm.212

- e. Merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan Merek milik pihak lain yang sudah terdaftar lebih dahulu untuk barang dan/atau jasa yang sejenis.
- f. Merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan Merek yang sudah terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis.
- g. Merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan indikasi-geografis yang sudah dikenal.

Ada dua dasar atau alasan bagi Ditjen HKI menolak setiap permohonan pendaftaran merek, yaitu penolakan secara absolut dan penolakan secara relatif. Penolakan secara absolut adalah karena sifatnya yang universal dan karena alasan yang bersifat objektif dalam hal harus diketahui dan dimengerti oleh setiap pemeriksa merek, dan bisa juga karena ketentuan itu tercantum dalam setiap perundang-undangan merek di banyak negara walau diatur dalam susunan yang berbeda. Alasan yang bersifat relatif adalah karena penolakan itu bisa terjadi karena alasan yang bersifat subjektif atau bergantung pada kemampuan dan pengetahuan pemeriksa merek dan juga karena tidak semua negara mencantumkan ketentuan tersebut.³⁴

Penolakan Permohonan yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhan dengan Merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa yang sejenis dilakukan dengan memperhatikan pengetahuan umum masyarakat mengenai Merek tersebut di bidang usaha yang bersangkutan.

2.3.2 Subjek dan Objek Hak Merek

Suatu merek mempunyai hubungan yang erat dengan perusahaan yang menghasilkan atau mengedarkan barang-barang yang memakai merek itu. Oleh karena itu suatu merek tidak dapat berlaku tanpa adanya perusahaannya dan merek itu akan hapus dengan hapusnya perusahaan yang bersangkutan. Sebaliknya apabila perusahaannya berpindah tangan kepada pihak lain, maka hak

³⁴Dwi Agustine Kurniasih, 2009, *Op. Cit.*, hlm.10.

atas merek itu beralih bersama-sama dengan perusahaannya kepada pemilik yang baru.

Menurut Soedjono Dirdjosisworo, subjek hukum atau *subject van een recht* yaitu “orang” yang mempunyai hak, manusia pribadi atau badan hukum yang berhak, berkehendak atau melakukan perbuatan hukum.³⁵ Subjek hukum memiliki kedudukan dan peranan yang sangat penting didalam bidang hukum, khususnya hukum keperdataan karena subjek hukum tersebut yang dapat mempunyai wewenang hukum. Menurut ketentuan hukum, dikenal 2 macam subjek hukum yaitu manusia dan badan hukum.³⁶ Berlakunya manusia sebagai pembawa hak (subjek hukum) mulai dari saat ia dilahirkan dan berakhir pada saat ia meninggal dunia. Seorang bayi yang masih dalam kandungan ibunya dapat dianggap telah dilahirkan bilamana kepentingan si anak menghendakinya, misalnya untuk menjadi ahli waris. Sedangkan, badan hukum adalah badan atau perkumpulan yang diciptakan oleh hukum oleh karenanya dapat bertindak seperti manusia. Sebagai pembawa hak yang tidak berjiwa badan hukum dapat melakukan persetujuan-persetujuan, memiliki kekayaan yang terlepas dari kekayaan anggotanya dan bertindak melalui perantaraan pengurusnya.

Orang yang memperoleh hak atas merek disebut pemilik hak atas merek, namanya terdaftar dalam Daftar Umum Merek yang diumumkan dalam Berita Resmi Merek. Menurut Abdulkadir Muhammad Pemilik Merek terdiri dari :³⁷

- a. Orang perseorangan (*one person*);
- b. Beberapa orang secara bersama-sama (*several persons jointly*), atau
- c. Badan hukum (*legal entity*).

Merek dapat dimiliki secara perorangan atau satu orang karena pemilik merek adalah orang yang membuat merek itu sendiri. Dapat pula terjadi seseorang memiliki merek berasal dari pemberian atau membeli dari orang lain.³⁸ Dengan

³⁵ Soedjono Dirdjosisworo. *Pengantar Ilmu Hukum*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta. 2001, hlm. 128.

³⁶ Titik Triwulan Tutik. *Pengantar Ilmu Hukum*. Prestasi Pustaka Publisher, Jakarta. 2006, hal. 50.

³⁷ Abdulkadir Muhammad. *Op. Cit.* hlm. 130.

³⁸ Gatot Supramono. *Menyelesaikan Sengketa Merek Menurut Hukum Indonesia*. Rineka Cipta, Pekanbaru. 2008, hlm. 9.

demikian pemilik merek terdaftar maupun penerima lisensi merek terdaftar dapat mengajukan gugatan terhadap pihak lain yang secara tanpa hak menggunakan merek tersebut.

Merek perniagaan adalah merek untuk membedakan barang-barang dagang seseorang, barang-barang perniagaan. Dengan kata lain merek perniagaan ini digunakan oleh suatu perusahaan dagang *handle inrichting, trade enterprise*.

Yang berhak atas sesuatu merek dengan demikian adalah:³⁹

1. Orang yang mempunyai barang-barang tersebut, karena ia memiliki suatu perusahaan yang menghasilkan barang-barang itu.
2. Suatu perusahaan dagang, suatu badan usaha, yang memperdagangkan barang-barang dengan merek bersangkutan.

Menurut Pasal 3 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Hak Atas Merek adalah hak eksklusif yang di berikan 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, kecuali secara tegas dinyatakan lain, yang dimaksud dengan pihak dalam pasal ini dan pasal-pasal selanjutnya dalam Undang-Undang ini adalah seseorang beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum. Hak eksklusif memakai merek ini berfungsi seperti suatu monopoli, hanya berlaku untuk barang atau jasa tertentu. Oleh karena suatu merek memberi hak eksklusif atau hak mutlak pada yang bersangkutan, maka hak itu dapat di pertahankan terhadap siapapun. Hak atas merek diberikan kepada pemilik merek yang beritikad baik, pemakainya meliputi pula barang dan jasa.

Sesuai dengan ketentuan bahwa hak merek itu diberikan pengakuannya oleh negara, maka pendaftaran atas merknya merupakan suatu keharusan apabila ia menghendaki agar menurut hukum di pandang sah sebagai orang yang berhak atas merek. Bagi orang yang mendaftarkan merknya terdapat suatu kepastian hukum

³⁹ Sudargo Gautama, *Hukum Merek Indonesia*, Bandung, PT Citra Aditya Bakti, 1993, hlm.65-66.

bahwa dialah yang berhak atas merek itu. Sebaliknya bagi pihak lain yang mencoba akan mempergunakan merek yang sama atas barang atau jasa lainnya yang sejenis oleh Kantor Merek akan di tolak pendaftarannya.

Objek hukum adalah segala sesuatu yang berguna bagi subjek hukum (manusia atau badan hukum) yang dapat menjadi pokok suatu perhubungan hukum, karena sesuatu itu dapat dikuasai oleh subjek hukum.⁴⁰ Dalam hal ini tentunya sesuatu itu mempunyai harga dan nilai, sehingga memerlukan penentuan siapa yang berhak atasnya, seperti benda-benda bergerak ataupun tidak bergerak yang memiliki nilai dan harga, sehingga penguasaannya diatur oleh kaidah hukum. Barang adalah objek hak milik.⁴¹ Hak juga dapat menjadi objek hak milik. Karena itu benda adalah objek hak milik. Dalam arti hukum, yang dimaksud dengan benda ialah segala sesuatu yang menjadi objek hak milik. Semua benda dalam arti hukum dapat diperjual belikan, dapat diwariskan dan dapat diperalihkan kepada pihak lain. Adapun objek hukum yang dinyatakan dalam Pasal 503 KUHPdt yaitu: “Tiap-tiap kebendaan adalah bertubuh atau tidak bertubuh”. Benda dapat dibagi menjadi 2 (dua) macam yaitu :⁴²

- a. Benda berwujud (*lichamelijke zaken*), yaitu segala sesuatu yang dapat dirabaoleh panca indera seperti tanah, meja dan sebagainya;
- b. Benda yang tidak berwujud (*onlichamelitje zaken*), yaitu segala hak.

Berdasarkan uraian di atas merek yang sudah didaftarkan atau dimiliki oleh subyek hukum maka merek tersebut merupakan obyek hukum yang berhak atas perlindungan hukum yang sudah di atur dalam Undang-undang. Satu hal yang perlu dipahami adalah, pendaftaran Merek untuk memperoleh Hak Merek bukan berarti ijin untuk menggunakan merek itu sendiri. Siapapun berhak memakai merek apapun didaftar ataupun tidak sepanjang tidak sama dengan merek terdaftar milik orang lain di kelas dan jenis barang/jasa yang sama. Pemilik merek yang

⁴⁰ Sudarsono. *Pengantar Ilmu Hukum*. Rineka Cipta, Jakarta. 2004, hlm. 285.

⁴¹ Abdulkadir Muhammad. *Hukum Perdata Indonesia*. PT. Citra Aditya Bakti, Bandung. 2000, hlm. 126.

⁴² R. Subekti dan R. Tjitrosudibio. 1996. *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (Burgerlijk Wetboek)*. Pradnya Paramita, Jakarta. Pasal 503.

sudah terdaftar punya hak melarang siapapun untuk menggunakan merek yang sama dengan merek terdaftar miliknya, tentunya untuk kelas dan jenis barang/jasa yang sama.

2.3.3 Jangka Waktu Perlindungan Hak Merek

Pemilik Merek terdaftar setiap kali dapat mengajukan permohonan perpanjangan perlindungan Merek untuk jangka waktu yang sama, yaitu setiap 10 tahun sekali. Permohonan perpanjangan diajukan secara tertulis oleh Pemilik Merek atau Kuasanya paling cepat 12 bulan sebelum berakhirnya jangka waktu perlindungan Merek terdaftar. Selengkapnya pasal 35 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis) menyatakan bahwa merek terdaftar mendapat perlindungan hukum untuk jangka waktu 10 (sepuluh) tahun sejak tanggal penerimaan dan jangka waktu perlindungan itu dapat diperpanjang. Kemudian, Merek dinyatakan pemilik merek terdaftar setiap kali dapat mengajukan permohonan perpanjangan untuk jangka waktu yang sama. Tujuan pengaturan batas waktu perlindungan merek terdaftar selama 10 tahun dan dapat diperpanjang adalah untuk memastikan merek yang didaftarkan benar-benar digunakan pada barang/jasa dan barang/jasa tersebut masih diproduksi dan diperdagangkan. Sebaliknya, Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis tidak akan memberikan perlindungan hukum terhadap merek-merek yang sifatnya hanya untuk didaftar saja tanpa pernah dipergunakan dalam kegiatan produksi dan perdagangan.

Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menetapkan sejumlah persyaratan agar permohonan perpanjangan merek terdaftar dapat disetujui Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM (Ditjen KI). Menurut pasal 36 Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis, permohonan perpanjangan disetujui apabila :

- a. merek yang bersangkutan masih digunakan pada barang atau jasa sebagaimana disebut dalam Sertifikat Merek tersebut; dan
- b. barang atau jasa sebagaimana dimaksud dalam huruf a masih diproduksi dan diperdagangkan.

Jika persyaratan tersebut di atas tidak dipenuhi maka Ditjen KI akan menolak permohonan perpanjangan merek terdaftar. Selain itu, Ditjen KI juga berwenang menghapus merek yang tidak digunakan selama 3 (tiga) tahun berturut-turut dalam perdagangan barang dan/atau jasa sejak tanggal pendaftaran atau pemakaian terakhir.

Penolakan permohonan perpanjangan diberitahukan secara tertulis kepada pemilik merek atau kuasanya dengan menyebutkan alasannya. Keberatan terhadap penolakan permohonan perpanjangan dapat di ajukan kepada Pengadilan Niaga. Perpanjangan jangka waktu perlindungan merek terdaftar dicatat dalam daftar umum merek dan di umumkan dalam berita resmi merek.

2.4 Merek Asing IKEA

2.4.1 Sejarah dan Perkembangan Merek Asing IKEA

IKEA adalah sebuah perusahaan ritel perabot untuk rumah dari Swedia. Pada musim dingin 2004, terdapat 202 toko IKEA di 32 negara di berbagai belahan dunia dengan sekitar 20 lagi yang akan dibuka pada 2005. Katalog IKEA yang berisi info produk IKEA diperkirakan adalah buku yang pendistribusiannya kedua terluas setelah Alkitab dan biasanya diperbaharui tiap Agustus. Hingga saat ini IKEA tidak memiliki toko di Indonesia. Perusahaan ini didirikan Ingvar Kamprad pada 1943 saat ia berusia 17 tahun yang sekarang sudah menjadi salah satu orang terkaya di dunia. IKEA adalah singkatan dari namanya, Ingvar Kamprad; tempat ia dilahirkan, Elmtaryd; dan desanya, Agunnaryd. Awalnya, IKEA menjual berbagai barang, dari pulpen, dompet, bingkai foto, hinggajam tangan. Perabotan mulai masuk ke dalam daftar pada 1947 dan IKEA mulai merancang sendiri pada 1955. Penjualan pada mulanya dilakukan melalui pos dan kemudian sebuah toko dibuka di Älmhult yang kemudian menjadi model toko IKEA untuk selanjutnya. Pada 23 Maret 1963, toko IKEA pertama di luar Swedia dibuka di Asker, dekat Oslo, Norwegia. Sejak tahun 1997, IKEA telah meningkatkan jumlah toko menjadi 51. Perusahaan ini terdiri dari 165 toko pada bulan Agustus 2003, dan ada rencana untuk membuka 16 toko baru di 2004 dan 2005. Namun, meskipun perusahaan membuka 14 toko baru pada

tahun 2003, pertumbuhan penjualan hanya 2,7%, terutama sebagai akibat dari kondisi ekonomi tertekan diseluruh Eropa, wilayah inti bisnis perusahaan.⁴³

IKEA perusahaan asal kota Swedia Selatan. Didirikan pada tahun 1943 oleh Ingvar Kamprad saat ia berusia 17 tahun. Saat ini Ingvar telah meninggal dunia di usia yang menyentuh 91 tahun. Sepeninggalannya, Ingvar mewariskan semangat terus berusaha kepada para penerusnya. Sejarah hidupnya bahkan menjadi bekal bagi para penerus IKEA membesarkan perusahaan ritel penjual perabot tersebut. Selama perkembangan, IKEA mengaitkan penjualan dengan ekonomi yang diminati dan aktivitas yang tinggi di pasar perumahan. Salah satunya di pusat distribusi toko IKEA Belanda, sudah menghasilkan penjualan 1,2 miliar euro dari bulan September 2016 sampai September 2017. Pendapatan meningkat sebesar 4,3 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Angka penjualan tersebut meliputi pendapatan dua belas cabang IKEA Belanda milik IKEA Group, ditambah pendapatan dari webshop.⁴⁴

Berdasarkan uraian di atas merek asing IKEA merupakan merek yang sudah terkenal dan diketahui banyak orang diberbagai Negara. IKEA memproduksi berbagai produk, dan memiliki nama dan tempat dalam produk furniture rumah tangga. IKEA ditemukan pada sebuah perusahaan furniture dengan harga jual yang sangat rendah. IKEA mempunyai jangkauan pasar yang sangat luas di seluruh dunia. Baik itu di Negara berkembang maupun di Negara maju, dengan konsep penawaran menjual barang furniture dengan harga jual sangat rendah. Produk IKEA dikenal dengan rancangannya yang modern dan prinsip IKEA adalah mengurangi harga dengan berbagai cara tanpa mengurangi kualitas.

⁴³Dokumen.tips, "Sejarah Perusahaan IKEA", diposting tanggal 16 Januari 2016, diakses di <https://dokumen.tips/documents/sejarah-perusahaan-ikea.html>, diakses tanggal 20 Januari 2019 jam 20.30 WIB

⁴⁴Lusinta Agustina, "Perabot Apa Yang Pertama Dibuat Ingvar Kamprad Pendiri IKEA", diposting tanggal 29 Januari 2018 jam 19.07 WIB, diakses di <https://finance.detik.com/sosok/d-3839728/perabot-apa-yang-pertama-dibuat-ingvar-kamprad-pendiri-ikea>, diakses tanggal 20 Januari 2019 jam 20.30 WIB

BAB 4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya, dapat dikemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Bentuk perlindungan hukum terhadap merek lokal maupun merek asing yang sudah terdaftar di Direktorat Jenderal Hak Dipatikan mendapatkan perlindungan hukum sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek Dan Indikasi Geografis. Merek lokal maupun merek asing yang sudah terdaftar di Indonesia telah dilindungi dengan diaturnya penolakan permohonan pendaftaran merek yang mengandung persamaan baik pada pokoknya maupun secara keseluruhan dengan merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis maupun tidak sejenis yang memenuhi persyaratan tertentu. Kewenangan melindungi merek terkenal tersebut diberikan melalui Pasal 21 Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek Dan Indikasi Geografis.
2. Akibat hukum bagi pihak merek lokal berdasarkan putusan Pengadilan Niaga atas pelanggaran merek harus mempertanggungjawabkan perbuatannya sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek Dan Indikasi Geografis. Dengan diterapkannya ketentuan Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek Dan Indikasi Geografis dapat memberikan perlindungan hukum terhadap merek asing (IKEA). Gugatan yang dilakukan oleh IKEA (merek asing) terhadap IKEMA (merek lokal) sebagai tergugat yang dimana tertera pada Putusan Nomor 39/ Merek/ 2011/ PN. Niaga Jkt.Pst. bahwasanya merek IKEMA (merek lokal) mempunyai persamaan pada keseluruhan atau setidaknya mempunyai persamaan pada pokoknya dengan merek terkenal IKEA (merek asing) dan kombinasi-kombinasinya milik Penggugat.

3. *Ratio decidendi* putusan hakim Nomor 39/ Merek/ 2011/ PN. Niaga Jkt.Pst. menyatakan bahwa merek IKEMA memiliki kemiripan atau persamaan pada pokoknya dengan merek IKEA sehingga hakim dalam putusannya memenangkan atas merek IKEA (merek asing). Hal tersebut sebagai salah satu bentuk dari perlindungan hukum terhadap merek. Dengan mempertimbangkan bukti-bukti dan dalil-dalil dari kedua belah pihak maka hakim mengadili dan memutuskan untuk mempertahankan dan melindungi merek asing yang sudah terkenal di berbagai Negara dan memutuskan untuk menghapus merek lokal yang mempunyai kemiripan unsurnya dengan merek asing yang bertujuan untuk membonceng ketenarannya dengan merek asing.

4.2 Saran

Bertitik tolak kepada permasalahan dan kesimpulan yang telah dikemukakan di atas, maka dapat diberikan saran sebagai berikut :

1. Hendaknya dalam hal ini pihak merek lokal sebaiknya lebih teliti lagi dalam penggunaan merek atau pembuatan sebuah merek. Meskipun dalam produksinya berbeda kelas dengan merek lain namun penggunaan merek keseluruhan unsurnya hampir sama. Sebelum menggunakan atau membuat sebuah merek sebaiknya pihak tersebut bisa mencari tahu apakah merek yang akan digunakan sudah ada atau sudah didaftarkan sebelumnya. Jadi, agar terhindar dari sebuah pelanggaran lebih baik menggunakan merek yang berbeda dari merek lain.
2. Hendaknya dalam hal ini Ditjen KI lebih teliti dalam mendaftarkan merek baik produk lokal maupun produk asing. Sehingga tidak menimbulkan pelanggaran merek yang berakibat dibatalkannya salah satu merek. Dirjen HKI berhak memberikan himbauan atau arahan kepada pihak yang akan mendaftarkan mereknya apabila merek yang akan didaftarkan terdapat

unsur penjiplakan/meniru merek lain atau merek yang sudah didaftarkan sebelumnya.

3. Hendaknya Ditjen KI mengadakan pengawasan terhadap suatu merek yang sudah didaftarkan. Dan memantau merek-merek atau produk-produk yang dihasilkan oleh pihak asing maupun pihak lokal yang mulai dipasarkan dikalangan masyarakat. Apakah merek-merek tersebut murni diciptakan atau dihasilkan tanpa adanya unsur penjiplakan dari merek lain sehingga Ditjen KI bisa memberikan peringatan dahulu terhadap produk yang dihasilkan dengan meniru/ menjiplak, atau itikad tidak baik dengan produk lain agar kedepannya tidak lagi adanya penghapusan pada sebuah merek atau produk.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Abdulkadir Muhammad, 2000, *Hukum Perdata Indonesia*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung
- Achmad Ali, 2007, *Menguak Teori Hukum Legal Theory Dan Teori Peradilan Judicialprudence*, Kencana, Makasar
- Agung Sujatmiko, 2008, *Aspek Yuridis Lisensi Merek dan Persaingan Usaha*. Jurnal Hukum Pro Justitia
- Akbar Kurnia Wahyudi, 2007, *Masalah Perlindungan Haki Bagi Traditional Knowledge*, Yogyakarta : Tinta Media Pratama
- Allfi Fahmi Adicahya, 2009, *Perkembangan Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Jakarta: Surya Media Pressindo
- Budi Agus Riswandi dan M. Syamsudin, 2005, *Hak Kekayaan Intelektual dan Budaya Hukum*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Dyah Ochtorina Susanti dan A'an Efendi, 2015, *Penelitian Hukum (Legal Research)*, Jakarta: Sinar Grafika
- Gatot Supramono, 2008, *Menyelesaikan Sengketa Merek Menurut Hukum Indonesia*, Rineka Cipta, Pekanbaru
- Gautama Sudargo, 1990, *Segi-Segi Hak Milik Intelektual*, Bandung, Eresco
- Gautama Sudargo, 1993, *Hukum Merek Indonesia*, Bandung, PT Citra Aditya Bakti
- Iswi Hariyani, 2010, *Prosedur Mengurus HAKI (Hak Atas Kekayaan Intelektual) Yang Benar*, Yogyakarta, Pustaka Yustisia
- Mahadi, 1995, *Hak Milik Immateriil*, Jakarta : BPHN-Bina Cipta
- Muhammad Djumhana, 1997, *Hak Milik Intelektual: sejarah, Teori dan Praktiknya di Indonesia*, Bandung, Citra Aditya Bakti
- Munir Fuady, 2010, *Perbuatan Melawan Hukum Pendakatan Kontemporer*, Bandung, Citra Aditya Bhakti

- O.C Kaligis, 2008, *Teori dan Praktik Hukum Merek Indonesia*, Bandung: P.T Alumni
- Peter Mahmud Marzuki, 2017, *Penelitian Hukum*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Philipus M. Hadjon, 2007, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*, Surabaya: PT. Bina Ilmu
- R Soeroso, 1992, *Pengantar Ilmu Hukum*, Jakarta: Sinar Grafika
- R. Subekti dan R. Tjitrosudibio, 1996, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (Burgerlijk Wetboek)*, Jakarta, Pradnya Paramita
- Roscoe Pounds, 2006, *Teori Hukum ; Strategi Tertib Manusia Lintas Ruang dan Generasi*, Surabaya: Kita Press
- Saidin, 1997, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (intellectual Property Rights)*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada
- Sentosa Sembiring, 2008, *Himpunan Peraturan Perundang-undangan RI Tentang Waralaba*, Bandung, PT. Nuansa Aulia
- Sri Soemantri, 1992, *Bunga Rampai Hukum Tata Negara Indonesia*, Bandung: Alumni
- Soedjono Dirdjosisworo, 2001, *Pengantar Ilmu Hukum*, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada
- Suyud Margono & Amir Angkasa, 2002, *Komersialisasi Aset Intelektual (Aspek Hukum Bisnis)*, Jakarta : Gramedia Widiasarana Indonesia
- Sudargo Gautama dan Rizwanto Winato, 2002, *Undang-Undang Merek Baru Tahun 2001*, Bandung, Citra Aditya
- Sudarsono, 2004, *Pengantar Ilmu Hukum*, Jakarta, Rineka Cipta
- Tomi Suryo Utomo, 2010, *Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di Era Global Sebuah Kajian Kontemporer*, Yogyakarta, Penerbit Graha Ilmu
- Titik Triwulan Tutik, 2006, *Pengantar Ilmu Hukum*, Jakarta, Prestasi Pustaka Publisher

B. Peraturan Perundang-Undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata;

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Merek dan Indikasi Geografis.

C. Internet

Dokumen.tips, 2016, “Sejarah Perusahaan IKEA”,-

<https://dokumen.tips/documents/sejarah-perusahaan-ikea.html>, diakses 20

Januari 2019 jam 20.30 WIB

Hasna Wijayati, 2018, “Kata Kata Bijak Sang Guru Segala Ilmu”, <https://portal-ilmu.com/kata-kata-bijak>, diakses 24 April 2019 jam 19.35 WIB

Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, “Indonesia Masih Jadi Negara Tujuan Investasi”, <http://kemenperin.go.id/artikel/10552/Indonesia-Masih-Jadi-Negara-Tujuan-Investasi>, diakses 7 Januari 2019 jam 20.30 WIB

Lusinta Agustina, 2018, “Perabot Apa Yang Pertama Dibuat Ingvar Kamprad Pendiri IKEA”, <https://finance.detik.com/sosok/d-3839728/perabot-apa-yang-pertama-dibuat-ingvar-kamprad-pendiri-ikea>, diakses 20 Januari 2019 jam 20.30 WIB

Prakoso Purnomo, 2015, “Pengertian Perlindungan Hukum dan Penegakannya”, <http://www.prakoso.com/2011/02/pengertian-perlindungan-hukum.html>, diakses 9 Januari 2018 jam 20.35 WIB

Sakina Rahma Diah Setiawan, 2018, “Perekonomian Dunia Diyakini Terus Membaik”, <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/04/24/133000292/perekonomian-dunia-diyakini-terus-membaik>, diakses 7 Januari 2019 jam 20.30 WIB

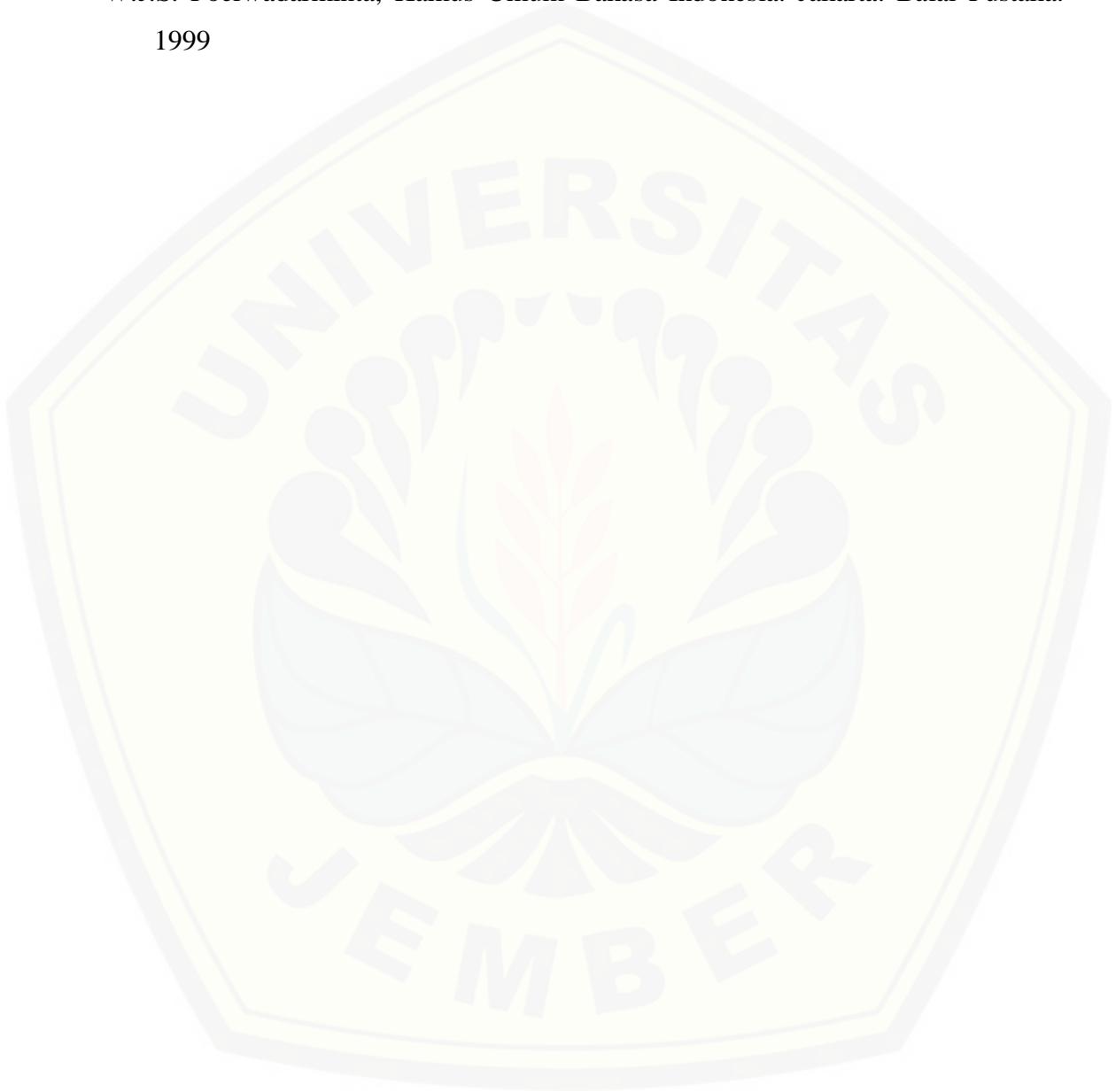
Surahno, 2003, “Lisensi Di Bidang Hak Cipta”, www.undip.ac.id, diakses 9 Januari 2018 jam 21.00 WIB

Wahdini Syafrina S.Tala, 2008, “Identifikasi Faktor-Faktor Penyebab Sengketa Merek Terkenal”, <http://repository.usu.ac.id/handle/123456789/5434>, diakses 10 Januari 2018 jam 10.00 WIB

D. Lain-Lain

Departemen Perdagangan Indonesia, “*Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*”, 2008, hlm.35

W.J.S. Poerwadarminta, Kamus Umum Bahasa Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka. 1999



LAMPIRAN

