

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Indonesia sebagai negara berkembang saat ini sedang meningkatkan pembangunan nasional dalam segala bidang, terlebih pada sektor perekonomian. Ekonomi merupakan bagian penting dalam kehidupan manusia, saat ini kemiskinan menjadi salah satu masalah pada sebuah negara berkembang. Indikator dari keberhasilan pembangunan suatu negara dapat dilihat dari angka pertumbuhan ekonomi dan kemiskinan pada negara tersebut. Angka kemiskinan yang tinggi berdampak besar pada meningkatnya angka kriminalitas, sehingga menimbulkan berbagai permasalahan-permasalahan dalam kehidupan bermasyarakat. Oleh karena itu, setiap negara akan bekerja keras menurunkan angka kemiskinan dengan menaikkan pertumbuhan ekonomi untuk menciptakan kesejahteraan dalam masyarakat.

Perdagangan memiliki peranan besar dalam peningkatan pertumbuhan ekonomi, terlebih dengan adanya perdagangan internasional sehingga mempermudah kegiatan ekspor dan impor, dimana kegiatan ekspor dan impor akan berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi. Usaha dan bisnis merupakan ujung tombak dari terciptanya kegiatan perdagangan itu sendiri. Dengan kemajuan teknologi dan arus globalisasi yang semakin pesat tentunya akan berpengaruh dalam peningkatan perkembangan bisnis. Dalam era globalisasi tentunya banyak memberikan kemudahan bagi kegiatan perdagangan. Pada saat ini kegiatan perdagangan tidak melulu pada bertemunya penjual dan pembeli secara langsung untuk melakukan transaksi atas barang dan/atau jasa yang diperdagangkan, namun dapat dilakukan melalui *online*. Hal tersebut tentu mempermudah pelaku usaha dan konsumen dalam kegiatan perdagangan. Jumlah *online shopper* di Indonesia

terus meningkat selama beberapa tahun terakhir, di tahun 2018 jumlah *online shopper* diperkirakan mencapai 11,9 persen dari total populasi di Indonesia.¹

Dewasa ini dalam meningkatkan kegiatan usahanya setiap pelaku usaha menghasilkan atau memproduksi barang dan/atau jasa yang berkualitas dan mengikuti dengan perkembangan pasar. Barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh setiap pelaku usaha tentu akan menggunakan merek atau *brand* yang dimiliki oleh pelaku usaha tersebut. Merek itu sendiri dapat dikatakan sebagai tombak untuk memasarkan atau memperkenalkan barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diproduksi oleh suatu pelaku usaha. Merek pun berfungsi sebagai tanda pembeda dari hasil produksi barang dan/atau jasa setiap perusahaan.

Fungsi merek jika dihubungkan dengan kualitas dan mutu barang dan sisi pengusaha sebagai berikut:²

- a. Pengusaha menjamin konsumen bahwa barang yang dibelinya sungguh berasal dari perusahaannya.
- b. Pengusaha menjamin mutu barang.
- c. Pengusaha memberi nama kepada barang sehingga konsumen cukup menyebut “Kansas” bilamana ia ingin membeli rokok Kansas.

Setiap merek memiliki wujud reputasi yang bernilai moral, material, dan komersil. Reputasi yang dimiliki pada merek merupakan suatu bentuk hak milik. Dalam dunia bisnis reputasi adalah kunci dari sukses atau tidaknya suatu usaha, oleh karena itu, banyak pengusaha yang membangun dan menjaga reputasinya dengan menghasilkan produk yang berkualitas serta pelayanan yang baik.

Merek merupakan lingkup perlindungan Hak kekayaan intelektual (HKI). HKI dapat terbagi dalam dua kategori, yaitu: hak cipta dan kekayaan industri. Hak kekayaan industri meliputi:³

¹ “jumlah pembeli online”, diakses dari <http://ekonomi.kompas.com/read/2018/09/07/164100326/jumlah-pembeli-online-indonesia-capai-119-persen-dari-populasi>, pada tanggal 14 Oktober 2018 pukul 15.45

² R.M. Suryodiningrat, *Pengantar Ilmu Hukum Merek*, Pradnya Paramita, Jakarta, 1984, h. 9

³ Hery Firmansyah, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek*, Pustaka Yustisia, Yogyakarta, 2011, h. 9

- 1) Patent
- 2) Merek
- 3) Desain Industri
- 4) Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu
- 5) Varietas Tanaman

HKI, dapat diartikan sebagai hak atas kepemilikan terhadap karya-karya yang timbul atau lahir karena adanya kemampuan intelektualitas manusia dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi.⁴ Menurut Abdulkadir Muhammad, pada dasarnya HKI merupakan hak yang berasal dari hasil kreatifitas suatu kemampuan daya pikir manusia yang diekspresikan kepada khalayak umum dalam berbagai bentuknya yang memiliki manfaat serta berguna dalam menunjang kehidupan manusia dan memiliki manfaat ekonomi yang berbentuk nyata biasanya dibidang teknologi, ilmu pengetahuan, seni, dan sastra.⁵

Dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1994 tentang pengesahan WTO (*Agreement On Establishing The World Trade Organization*) istilah Hak Kekayaan Intelektual (HKI) merupakan terjemahan dari *Intellectual Property Right* (IPR). Tidak semua orang dapat dan mampu mempekerjakan otak (nalar, rasio, intelektual) secara maksimal. Oleh karena itu, tidak semua orang pula dapat menghasilkan *intellectual property rights*. Hanya orang yang mampu mempekerjakan otaknya sajalah yang dapat menghasilkan *intellectual property rights*. Itu pulalah sebabnya hasil kerja otak yang membuat HKI itu bersifat eksklusif. Hanya orang tertentu saja yang dapat melahirkan hak semacam itu. Berkembangnya peradaban manusia, dimulai dari kerja otak itu.⁶

HKI merupakan hak yang mendapat perlindungan dari undang-undang, dan barang siapa yang melanggar akan dapat dikenakan sanksi. Perlindungan hukum dimaksudkan sebagai upaya yang diatur oleh

⁴ Rachmadi Usman, *Hukum HAK atas Kekayaan Intelektual*, PT ALUMNI, Bandung, 2003, h. 2

⁵ Abdulkadir Muhammad, *Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2001, h. 15-16

⁶ OK. Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*, PT RajaGrafindo Persada, 2015, h. 11-12

undang-undang guna mencegah terjadinya pelanggaran Hak Kekayaan Intelektual oleh orang yang tidak berhak. Perlindungan hukum HKI merupakan suatu sistem hukum yang terdiri dari unsur-unsur sistem berikut ini:⁷

a) Subjek perlindungan.

Subjek yang dimaksud adalah pihak pemilik atau pemegang hak, aparat penegak hukum, pejabat pendaftaran, dan pelanggar hukum;

b) Objek perlindungan.

Objek yang dimaksud adalah semua jenis produk HKI yang diatur oleh undang-undang, seperti Hak Merek, Hak Cipta, Hak Paten, Desain Industri, Rahasia Dagang, Tata Letak Sirkuit Terpadu, Perlindungan Varietas Tanaman;

c) Pendaftaran perlindungan.

HKI yang dilindungi hanyalah yang sudah terdaftar dalam Daftar Umum Merek dan dibuktikan dengan sertifikat pendaftaran, kecuali apabila undang-undang mengatur lain;

d) Jangka waktu perlindungan

Jangka waktu yang dimaksud adalah lamanya HKI itu dilindungi oleh Undang-Undang Merek 10 (sepuluh) tahun, Hak Cipta selama hidup ditambah 50 (lima puluh) tahun sesudah meninggal, Hak Paten 20 (dua puluh) tahun, Varietas tanaman 20-25 (dua puluh sampai dua puluh lima) tahun; dan

e) Tindakan hukum perlindungan

Apabila terbukti terjadi pelanggaran HKI, maka pelanggar harus dihukum, baik secara pidana maupun secara perdata.

HKI menjadi *issue* yang semakin menarik untuk dikaji karena perannya yang semakin menentukan terhadap laju percepatan pembangunan nasional, terutama dalam era globalisasi. Dalam hubungan ini, era globalisasi dapat dianalisis dari dua karakteristik dominan.⁸ Pertama, era globalisasi ditandai dengan terbukanya secara luas hubungan

⁷ Hery Firmansyah, Op. Cit, h. 11-13

⁸ *Ibid*, h. 1

antar bangsa dan antar negara yang didukung dengan transparansi dan informasi. Dalam kondisi transparansi informasi yang semakin canggih dan mengalami kecepatan akses ini berbagai kejadian atau penemuan disuatu belahan dunia akan dengan mudah diketahui dan segera tersebar ke belahan dunia lainnya. Hal ini membawa implikasi, bahwa pada saatnya segala bentuk upaya penjiplakan, pembajakan, dan sejenisnya tidak lagi mendapat tempat dan tergusur dari fenomena kehidupan antar bangsa. Kedua, era globalisasi membuka peluang semua bangsa dan negara di dunia untuk dapat mengetahui potensi, kemampuan, dan kebutuhan masing-masing. Kendati pun tendensi yang mungkin terjadi dalam hubungan antar negara didasarkan pada upaya pemenuhan kepentingan secara timbal balik, namun justru negara memiliki kemampuan lebih akan mendapatkan keuntungan lebih besar.⁹

Di Indonesia saat ini merek memiliki peran yang sangat penting, hal ini dapat terlihat adanya peraturan yang mengatur tentang merek itu sendiri dan telah mengalami beberapa kali perubahan. Adapun perubahan yang terjadi sedemikian rupa sejak Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 tentang merek perusahaan dan merek perniagaan (UU No. 21 Tahun 1961) dan sampai saat ini pengaturan tentang merek diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis (UU No. 20 Tahun 2016). Penetapan UU No. 20 Tahun 2016 ditetapkan berdasarkan penyesuaian pada perkembangan kebutuhan merek dan indikasi geografis yang dirasa masih terdapat kekurangan pada UU No.15 Tahun 2001 tentang merek (UU No. 15 Tahun 2001).

UU No. 20 Tahun 2016 memuat beberapa penyempurnaan sebagai bentuk peningkatan terhadap pelayanan terhadap pemohon merek dengan adanya pengaturan tentang persyaratan minimum pemohon untuk menyederhanakan prosedur pendaftaran merek. Sanksi pidana terhadap pelanggaran merek lebih diperberat khususnya yang mengakibatkan kematian, lingkungan hidup, dan mengancam kesehatan manusia. Hal tersebut guna meningkatkan perlindungan hukum terhadap merek

⁹ *Ibid*, h. 2

terdaftar, dimana permasalahan merek berkaitan dengan faktor ekonomi yang dirasa penting dalam kehidupan manusia. Dengan pengaturan yuridis tegas dalam peraturan perundang-undangan tentang merek tersebut, para pemilik merek yang sadar hukum dan peduli akan pentingnya pengembangan ekuitas merek akan berupaya mendaftarkan mereknya agar mendapatkan proteksi hukum. Di sisi lain, pihak-pihak tertentu yang beritikad tidak baik menempuh jalan pintas dengan melakukan peniruan atas merek yang telah terdaftar.¹⁰

Pada dasarnya sebuah merek memiliki persyaratan untuk didaftarkan. Sistem administrasi merek begitu penting karena hak atas merek adalah hak khusus yang diberikan oleh pemerintah atau negara kepada pemilik merek untuk menggunakan merek tersebut atau memberi izin pihak lain untuk menggunakannya, karena itu merek harus didaftarkan. Pendaftaran sangat penting bagi konsumen, karena konsumen akan membeli merek (cap, simbol, lambang, dan sebagainya) yang tentunya memiliki kualitas yang aman untuk dikonsumsi.¹¹

Syarat mutlak suatu merek harus dipenuhi oleh setiap orang atau badan hukum yang ingin memakai sebuah merek yaitu bahwa merek tersebut harus mempunyai daya pembeda yang cukup. Dengan kata lain, tanda yang dipakai harus sedemikian rupa, sehingga mempunyai cukup kekuatan untuk membedakan barang hasil produksi seseorang dengan hasil produksi orang lain.¹² Suatu nama umum dan/atau lambang milik umum tentu tidak dapat didaftarkan sebagai merek oleh setiap orang atau badan hukum.

Dewasa ini, pada kenyataannya permasalahan yang ada di masyarakat adalah pendaftaran terhadap nama-nama yang menurut masyarakat nama tersebut merupakan nama umum. Merek tersebut didaftarkan dengan tujuan agar pendaftar merek memiliki hak dan perlindungan atas merek tersebut. Pemanfaatan akan nama yang sudah

¹⁰ Casavera, *15 Kasus Sengketa Merek di Indonesia*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2009, h. 5-6

¹¹ Suyud Margono, *Hak Milik Industri: Pengaturan dan Praktik di Indonesia*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2011, h. 79

¹² *Ibid*, h. 67

menjadi milik umum marak terjadi, hal tersebut dilakukan tidak lain karena apabila nama sudah menjadi milik umum akan menjanjikan keuntungan besar.

Pada tanggal 05 Juni 2015 telah didaftarkan merek “*OPEN MIC INDONESIA*”, dengan nomor pendaftaran IDM000477953 atas nama Ramon Pratomo. Merek tersebut terdaftar dalam kode kelas 41. Jenis barang dan/atau jasa yang didaftarkan yaitu hiburan, acara hiburan radio, hiburan televisi. Merek “*OPEN MIC INDONESIA*” telah mendapatkan perlindungan yang berakhir sampai dengan 28 Mei 2023.

Merek “*OPEN MIC INDONESIA*” yang telah didaftarkan merupakan suatu nama umum. Terlebih *open mic* merupakan kegiatan yang sering digunakan oleh komika (pelaku *stand up comedy*) untuk menampilkan materi-materi baru sebelum digunakan pada saat penampilan diacara komersilnya. *Open mic* tentu merupakan nama yang telah umum pada komunitas *stand up comedy*, karena *open mic* merupakan kegiatan yang dapat menjadi salah satu wadah bagi seseorang yang ingin belajar atau menjajal dirinya untuk melakukan *stand up comedy*. *Open mic* tidak sebatas hanya pada pertunjukan *stand up comedy*, melainkan segala kegiatan apapun yang dilakukan dipanggung dengan menggunakan mikrofon baik bernyanyi, membaca puisi, dan sebagainya. Namum, nama *open mic* sendiri lebih dikenal masyarakat melalui acara-acara *stand up comedy* yang awalnya merupakan salah satu acara hiburan yang terdapat di kafe-kafe. Pada saat ini *stand up comedy* merupakan acara hiburan yang telah dikenal luas, dengan disiarkannya acara tersebut dalam stasiun televisi. Dengan terkenalnya kegiatan *stand up comedy*, tentu tidak sedikit seseorang yang ingin belajar *stand up comedy* dan salah satu caranya yaitu melalui kegiatan *open mic* yang terdapat dikafe-kafe. Oleh karena itu, nama *open mic* telah menjadi nama umum tidak hanya dikomunitas *stand up comedy* melainkan pada masyarakat umum.

Dalam hal ini peneliti berpendapat bahwa pendaftaran nama *open mic* merupakan sebuah pemanfaatan terhadap nama umum. Penggunaan nama *open mic* pada saat ini harus memiliki izin dari pihak yang memiliki

hak atas merek tersebut. Selain itu, penggunaan nama *open mic* harus membayar royalti kepada pemilik atas merek tersebut. Sedangkan *open mic* merupakan nama umum yang bebas dipergunakan oleh siapapun tanpa harus memiliki izin atau membayar royalti.

Berdasarkan uraian diatas diangkatlah judul penelitian ini adalah **“TINJAUAN YURIDIS TERHADAP PENDAFTARAN MEREK *OPEN MIC* INDONESIA YANG MENGGUNAKAN NAMA UMUM.”**

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana penerapan pendaftaran merek “*OPEN MIC* INDONESIA”?
- b. Bagaimanakah upaya hukum masyarakat seni untuk pembatalan pendaftaran merek “*OPEN MIC* INDONESIA” yang menggunakan nama umum?

I.3 Ruang Lingkup Penelitian

Untuk mendapatkan gambaran yang jelas dan menyeluruh mengenai pembahasan skripsi ini, juga untuk menghindari pembahasan agar tidak menyimpang dan diluar dari judul penelitian ini, maka untuk itu berdasarkan judul skripsi penelitian membahas tentang sejarah merek, pengertian merek itu sendiri, jenis-jenis merek, fungsi merek, hak atas merek, syarat pendaftaran merek, prosedur pendaftaran merek, jangka waktu perlindungan merek

I.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari peneliti yang hendak didapat dengan diadakannya penelitian ini adalah sebagai salah satu syarat untuk lulus pada Fakultas Hukum Universitas Nasional “Veteran”

Jakarta. Berdasarkan perumusan masalah diatas tujuan diadakannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui penerapan pendaftaran merek “*OPEN MIC INDONESIA*”.
- 2) Untuk mengetahui upaya hukum masyarakat seni untuk pembatalan pendaftaran merek “*OPEN MIC INDONESIA*” yang menggunakan nama umum.

b. Manfaat Penelitian

Adapun hasil dan manfaat dengan dilakukannya penelitian ini, baik bagi pembaca peneliti pada umumnya dan peneliti sendiri. Secara umum manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini terdiri dari manfaat yang bersifat teoritis dan manfaat yang bersifat praktis, yaitu sebagai berikut:

- 1) Secara Teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan menambah literatur dalam ilmu pengetahuan hukum, khususnya dibidang persyaratan pendaftaran merek terhadap hak kekayaan intelektual. Penelitian ini pun diharapkan dapat menjadi dasar penelitian selanjutnya.
- 2) Secara Praktis, penelitian ini diharapkan memberikan manfaat untuk para pihak, yaitu sebagai berikut:
 - a) Pemerintahan dan Praktisi Hukum

Penelitian ini diharapkan dapat memeberikan manfaat untuk dijadikan sebagai masukan bagi pemerintah agar dapat memberikan ketentuan-ketentuan yang jelas mengenai syarat-syarat pendaftaran merek, khususnya pendaftaran merek yang merupakan nama umum pada DJKI, dan diharapkan dapat menyelesaikan permasalahan yang dihadapi dalam pelaksanaan serta dapat menjadi referensi bagi para Praktisi Hukum dalam permasalahan penggunaan merek yang merupakan nama umum.

b) Masyarakat Umum

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada masyarakat umum, khususnya bagi pelaku usaha agar mengetahui persyaratan pendaftaran merek mengenai merek yang tidak dapat didaftarkan dan ditolak.

c) Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan mengenai kriteria merek yang dapat didaftarkan menurut syarat permohonan pendaftaran merek.

I.5 Kerangka Teori dan Kerangka Konseptual

a. Kerangka Teoritis

1) Teori Perlindungan HKI

Robert M. Sherwood mengemukakan teori mengenai perlindungan HKI. Merek merupakan ruang lingkup perlindungan HKI. Dalam hal ini terdapat beberapa teori mengenai perlindungan HKI seperti:

a) Teori *Reward*

Pada dasarnya menyatakan bahwa pencipta atau penemu yang akan diberikan perlindungan perlu diberikan penghargaan atas usaha atau upayanya tersebut.

b) Teori *Recovery*

Penemu atau pencipta telah membuang tenaga, waktu dan uang, perlu diberikan kesempatan untuk meraih kembali apa yang telah dikeluarkannya.

c) Teori *Incentive*

Teori ini mengatakan bahwa insentif diperlukan agar kegiatan-kegiatan pelaksanaan dan pengembangan

kreativitas penemuan semangat menghasilkan penemuan dapat terjadi

d) Teori *Expanded Public Knowledge*

Teori ini dikembangkan untuk bidang paten. Untuk mempromosikan dari penemuan dalam bentuk dokumen yang secara mudah tersedia untuk umum, maka diberikan kesempatan untuk menikmati hak khusus, hak eksklusif yang bersifat sementara.

e) Teori *Risk*

Mengemukakan bahwa Hak Kekayaan Intelektual (HKI) merupakan hasil dari suatu penelitian yang mengandung resiko.

f) Teori *Public Benefit*

Disebut juga dengan “*Economic Growth Stimulus*” HKI merupakan suatu alat bagi pengembangan ekonomi. Pengembangan ekonomi merupakan keseluruhan tujuan dibangunnya suatu sistem perlindungan HKI yang efektif.¹³

2) Teori Penyelesaian Sengketa

Dean G Pruitt dan Jeffrey Z. Rubin mengemukakan sebuah teori penyelesaian sengketa. Ada 5 yaitu:

Pertama, *contending* (bertanding), yaitu mencoba menerapkan suatu solusi yang lebih disukai oleh salah satu pihak atas pihak yang lainnya. Kedua, *yielding* (mengalah), yaitu menurunkan aspirasi sendiri dan bersedia menerima kekurangan dari yang sebetulnya diinginkan. Ketiga, *problem solving* (pemecahan masalah), yaitu mencari alternative yang memuaskan dari kedua belah pihak. Keempat, *with drawing* (menarik diri), yaitu memilih meninggalkan situasi sengketa, baik secara fisik maupun psikologis. Kelima, *in action* (diam), yaitu tidak melakukan apa-apa.¹⁴

¹³ Soetijarto, *Hukum Milik Perindustrian*, Liberty, Jakarta, 1981, h. 32

¹⁴ Dean G Pruitt & Z. Rubin, *Konflik Sosial*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2004, h. 4-6

b. Kerangka Konseptual

1. Pendaftaran Merek

Pendaftaran menciptakan suatu hak atas merek tersebut. Pihak yang mendaftarkan adalah satu-satunya yang berhak atas suatu merek dan pihak ketiga harus menghormati hak si pendaftar sebagai hak mutlak.¹⁵

2. Merek

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.¹⁶

3. *Open Mic*

Menurut Pandji Pragiwaksono, *open mic* itu adalah acara yang biasanya digelar kafe-kafe *comedy* untuk amatiran yang ingin menjajal dirinya, biasanya jadi ajang *comic* baru cari nama.¹⁷

4. Nama Umum

Dalam penjelasan pasal 20 huruf f UU No.20 Tahun 2016, yang dimaksud dengan “nama umum” antara lain Merek “rumah makan” untuk restoran, Merek “warung kopi” untuk kafe. Adapun “lambang milik umum” antara lain “lambang tengkorak” untuk barang berbahaya, lambang “tanda racun” untuk bahan kimia, “lambang sendok dan garpu” untuk jasa restoran.¹⁸

¹⁵ Muhammad Djumhana dan Djubaedillah, *Hak Milik Intelektual: Sejarah, Teori, dan Praktiknya di Indonesia*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2014, h. 256

¹⁶ Indonesia, Undang – Undang No 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, Pasal 1 Ayat (1)

¹⁷ “Arti *open mic*”, diakses dari <https://pandji.com/susah-tapi-pasti-bisa-part-13/>, pada tanggal 14 Oktober 2018 pukul 16.45

¹⁸ Indonesia, Undang – Undang No 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, Pasal 1 huruf (f)

I.6 Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dalam melakukan penelitian, peneliti menggunakan metode penelitian yuridis normatif. Penelitian hukum normatif yang nama lainnya adalah penelitian hukum doktrinal yang disebut juga sebagai penelitian perpustakaan dan studi dokumen karena penelitian ini dilakukan atau ditujukan hanya pada peraturan-peraturan yang tertulis atau bahan-bahan hukum lain.¹⁹ Penelitian ini dilakukan dengan mengkaji peristiwa yang berkaitan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, buku serta referensi yang terkait dengan pembahasan penelitian yaitu pendaftaran merek yang menggunakan nama umum.

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder, bahan pustaka yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Bahan Hukum Primer

Yakni data atau bahan yang diperoleh dari hukum yang mengikat terdiri dari UU No. 15 Tahun 2001 tentang merek, UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder adalah bahan hukum hukum yang dapat memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer.²⁰ Bahan hukum sekunder yaitu buku-buku yang diterbitkan oleh ahli hukum dan dapat berupa asas-asas hukum, doktrin, fakta hukum, pendapat dalam buku atau jurnal hukum, dan pandangan para ahli hukum, hal tersebut

¹⁹ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif*, Cetakan ke-8, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2004, h. 14

²⁰ Mukti Fajar dan Yulianto Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2010, h. 53

akan dibutuhkan untuk mengetahui persyaratan pendaftaran merek.

c. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier adalah bahan hukum yang mendukung bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Bahan baku tersier dapat berupa Kamus Hukum, internet, dan Kamus Besar Bahasa Indonesia atau ensiklopedia.

3. Teknik pengumpulan data

Adapun teknik yang digunakan peneliti dalam proses pengumpulan data serta informasi, yaitu:

a. Studi pustaka

Dalam hal ini peneliti mencari data dan informasi dengan berbagai buku, literatur, kamus, serta berbagai laporan yang berkaitan dengan permasalahan yang ingin dipecahkan.

b. Wawancara

Dalam hal ini peneliti mencari data dan informasi dengan melakukan wawancara dengan orang atau badan hukum yang berkaitan dengan permasalahan, agar mendapatkan pemecahan masalah. Wawancara dilakukan dengan masyarakat seni, pihak Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual, Ahli HKI, serta Ahli Linguistik.

4. Pendekatan Penelitian

Adapun pendekatan yang digunakan oleh peneliti yaitu pendekatan perundang-undangan (*statute approach*). Pendekatan perundang-undangan adalah pendekatan yang dilakukan dengan menelaah semua undang-undang dan regulasi yang bersangkutan paut dengan isu hukum yang ditangani.²¹ Dalam penelitian ini menelaah

²¹ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2011, h. 24

UU No. 15 Tahun 2001 tentang merek, UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan yakni Teknik penulisan Deskriptif Analisis, yaitu menjelaskan secara rinci dan sistematis terhadap pemecahan masalah. Analisis Deskriptif bertujuan untuk memberikan deskripsi mengenai subjek penelitian berdasarkan data variable yang diperoleh dari kelompok subjek yang diteliti.²²

I.7 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini menguraikan tentang latar belakang, rumusan penelitian, ruang lingkup, tujuan penelitian dan manfaat penelitian, kerangka teori, dan kerangka konseptual, metode penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN UMUM TENTANG MEREK DAN NAMA UMUM

Dalam bab ini menguraikan mengenai sejarah merek, pengertian merek itu sendiri, jenis-jenis merek, fungsi merek, hak atas merek, syarat pendaftaran merek, prosedur pendaftaran merek, jangka waktu perlindungan merek dan mengenai pengertian nama umum.

BAB III MEREK “OPEN MIC INDONESIA” YANG MENGGUNAKAN NAMA UMUM

²² Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2004, h. 37

Bab ini akan membahas serta menguraikan mengenai objek dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti yakni merek “*OPEN MIC* INDONESIA”

BAB IV ANALISIS PENERAPAN PENDAFTARAN SERTA UPAYA HUKUM TERHADAP PENDAFTARAN MEREK “*OPEN MIC* INDONESIA” YANG MENGGUNAKAN NAMA UMUM

Bab ini akan menguraikan mengenai penerapan pendaftaran merek “*OPEN MIC* INDONESIA” serta menguraikan mengenai berbagai upaya hukum yang dapat dilakukan oleh masyarakat seni terhadap merek “*OPEN MIC* INDONESIA” yang merupakan nama umum.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini akan menguraikan mengenai beberapa kesimpulan dan saran dari peneliti yang berkaitan dengan penelitian ini.