

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan aktivitas bisnis yang demikian maju membutuhkan perangkat hukum yang responsif dan terbaru sesuai dengan perubahan yang ada. Salah satu komponen perangkat hukum yang sangat penting adalah perundang-undangan. Dalam konteks preventif atau pencegahan, keberadaan perundang-undangan dituntut mampu berada pada posisi beberapa langkah didepan, sehingga sebelum terjadi suatu fenomena yang membutuhkan rujukan, perangkat tersebut telah siap untuk menjadi pedoman atas fenomena tersebut.¹ sehingga dapat dikatakan dalam suatu aktivitas bisnis, hukum bisnis diperlukan untuk dapat mengatur dan tetap memastikan bahwa aktivitas bisnis tersebut tidak melanggar dan merenggut dari apa yang menjadi hak ataupun kewajiban dari pihak yang melakukan aktivitas bisnis tersebut.

Istilah hukum bisnis banyak diartikan oleh beberapa ahli, salah satunya adalah Fuady yang mengatakan bahwa hukum bisnis sebagai suatu perangkat kaidah hukum yang mengatur tentang tata cara pelaksanaan urusan atau kegiatan dagang produksi atau pertukaran barang atau jasa dengan menempatkan uang daripada *entrepreneur* dalam risiko tertentu dengan usaha tertentu dengan motif untuk mendapatkan suatu keuntungan tertentu. Melanjutkan dari apa yang dikemukakan oleh Fuady, menurut saya hukum bisnis bukan hanya mengatur tata cara pelaksanaan urusan dagang saja, melainkan bagaimana hak dan kewajiban yang timbul dari perjanjian ataupun perikatan dari aktivitas bisnis tersebut karena suatu aktivitas bisnis terjadi ketika urusan atau kegiatan dagang yang disepakati oleh dua pihak atau lebih sehingga disana muncul sebuah peristiwa hukum dimana membutuhkan Hukum bisnis untuk meminimalisir terjadinya akibat hukum yang dapat merugikan masing-masing pihak.

Bicara tentang Hukum bisnis, tentunya memiliki ruang lingkup yang terus berkembang seiring dengan perkembangan zaman dengan tetap mengikuti kaidah yang

¹Danang Sunyoto, Wika Harisa Putri, Hukum Bisnis, (Yogyakarta : Pustaka Yustisia, 2016), hlm.4.

telah ditetapkan. Salah satu ruang lingkup yang ada pada hukum bisnis adalah Hak Kekayaan Intelektual atau biasa disebut sebagai HaKI. HaKI merupakan cabang daripada Hukum bisnis yang tidak mudah untuk diartikan namun dapat diilustrasikan seperti halnya melindungi karya sastra dan karya artistik secara invensi dari penggunaan atau peniruan yang dilakukan oleh pihak lain tanpa adanya suatu perizinan. Jika objeknya adalah suatu produk musik misalnya sebuah lagu, maka yang dilindungi adalah penulis atau pengarang lagu tersebut agar terhindar dari perbuatan penjiplakan atau plagiasi terhadap karyanya tersebut. Jika terjadi penjiplakan maka penulis atau pengarang lagu dapat menuntut pihak yang disangkakan menjiplak lagu tersebut yang merupakan karya miliknya ke pengadilan untuk kemudian mendapatkan kompensasi atas kerugian yang disebabkan oleh perilaku pelanggar yang sudah menjiplak lagu tersebut.

HaKI juga melindungi merek (sebagai contoh nama dan/atau simbol yang digunakan oleh sebuah perusahaan), yang telah dikembangkan oleh perusahaan untuk melambungkan reputasi mereka dan menempatkannya pada pasar. Jika orang lain menggunakan merek tersebut, konsumen mungkin berpikir bahwa mereka sedang membeli sesuatu yang dibuat oleh perusahaan yang telah menemukan merek tersebut.² Ini berarti bahwa perusahaan yang telah menciptakan merek tersebut dapat dirugikan atas tindakan penggunaan merek milik perusahaan tersebut oleh orang lain yang tidak bertanggung jawab tersebut. Hukum HaKI mengizinkan perusahaan untuk menuntut orang-orang yang telah meniru ataupun mengikuti baik dari segi nama, simbol dari merek suatu perusahaan tanpa izin.

Secara yuridis, dalam Pasal 1 ayat (1) Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Hak Merek dan Indikasi Geografis³ telah memberikan pengertian atau definisi mengenai merek, eksplisit tertulis merek adalah Tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua)

² Tim Lindsey, Eddy Damian, Simon Butt, Tomi Suryo Utomo, Hak Kekayaan Intelektual suatu pengantar, (Bandung : PT.Alumni, 2019) hlm.2.

³ Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Hak Merek dan Indikasi Geografis, Pasal 1 ayat 1.

Alya Rosyana Astuti, 2023

PERLINDUNGAN HUKUM BAGI MEREK TERDAFTAR BERDASARKAN UNSUR PERSAMAAN: Studi Putusan Mahkamah Agung Nomor 769K/PDT.SUS-HKI/2018

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Hukum, S1 Hukum

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.

Selanjutnya Merek Dagang adalah Merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang sejenis lainnya. Adapun Merek Jasa menurut Pasal 1 ayat (5) Undang-undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Hak Merek dan Indikasi Geografis⁴ adalah Merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa sejenis lainnya.⁵

Indonesia memberi perhatian lebih kepada HaKI dengan bergabung menjadi anggota organisasi internasional, salah satunya yaitu Paris *Convention* yang kemudian diratifikasi dengan Keppres No. 15 Tahun 1997 dan juga menandatangani TRIPs (*Trade Related Aspect of Intellectual Property Rights*) *Agreement* dan meratifikasinya melalui Keppres No.7 Tahun 1997. Dengan diratifikasinya Paris *Convention* dan TRIPs *Agreement* maka Indonesia wajib untuk menyesuaikan undang-undang yang ada dengan ketentuan yang diatur dalam perjanjian internasional tersebut.⁶

Pendaftaran sebuah merek yang digunakan untuk mengidentifikasi barang atau jasa yang diproduksi atau didistribusi oleh sebuah perusahaan tertentu memberikan hak kepada perusahaan tersebut menggunakan secara eksklusif merek tersebut. Pemilik merek terdaftar memiliki hak untuk mencegah pihak lain menggunakan mereknya tanpa izin. Karena membangun hubungan antara produk dan usaha menciptakan reputasi yang bernilai atau “nama baik” (*good will*) merupakan dasar dari kebanyakan perdagangan internasional.⁷

⁴ Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Hak Merek dan Indikasi Geografis, Pasal 1 ayat 5.

⁵ Maolana Alfarizi, “Penerapan Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Merek Terkenal Konvensi Paris Kedalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Hak Merek dan Indikasi Geografis, Jurnal Ilmiah Sosial, Vol 3, No. 1, hlm.48.

⁶ Ida Ayu Windhari Kusuma Pratiwi, “Pelanggaran Merek Terkenal Dan Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Dalam Perspektif Paris Convention, Trips Agreement Dan Uu Merek Indonesia”. Jurnal Magister Hukum Udayana, Vol. 7, No. 3. 2014, hlm. 424.

⁷ Tim lindsey, Eddy Damian, Simon Butt, Tomi Suryo Utomo, Hak Kekayaan Intelektual suatu pengantar, (Bandung : PT.Alumni, 2019) hlm.8.

Alya Rosyana Astuti, 2023

PERLINDUNGAN HUKUM BAGI MEREK TERDAFTAR BERDASARKAN UNSUR PERSAMAAN: Studi Putusan Mahkamah Agung Nomor 769K/PDT.SUS-HKI/2018

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Hukum, S1 Hukum

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

Seperti contohnya adalah makanan ringan yang digemari oleh anak-anak hingga orang dewasa yaitu oreo, mungkin banyak orang-orang yang berargumen bahwa oreo memiliki rasa yang sama dengan biskuit coklat dengan lapis krim vanila lainnya, namun oreo tetap lebih terkenal hanya karena orang, yang dipengaruhi oleh periklanan dan promosi, membeli oreo untuk namanya (atau mereknya).

Menurut penulis, hal seperti inilah yang melatar belakangi banyaknya perusahaan yang berusaha keras untuk melindungi penggunaan hak eksklusif dari merek mereka, dan mengarah pada tindakan pembajakan, penjiplakan, ataupun penipuan terhadap penggunaan merek menjadi begitu umum dan marak dilakukan oleh oknum-oknum tidak bertanggung jawab dan tidak mengetahui literasi terkait dengan HaKI ini. Karena, keinginan untuk memiliki reputasi yang baik atas bisnisnya sekelas dengan merek merek dagang kelas internasional seperti oreo, coca-cola dan lain sebagainya.

Munculnya sebuah merek baru yang kemudian dikenal banyak di tengah-tengah masyarakat dengan menyerupai atau meniru secara keseluruhan atau sama pada pokoknya dengan merek terkenal yang telah didaftarkan dan digunakan oleh perusahaan lain lebih dulu dianggap sebagai bencana bagi perusahaan. Maka kehadiran perangkat hukum yang didalamnya memuat prinsip-prinsip perlindungan hukum mampu melindungi perusahaan dari fenomena yang saat ini kian terjadi, banyak sekali terjadi sengketa dalam bidang merek terkenal memang sangat dibutuhkan oleh setiap badan usaha dimana untuk membangun suatu reputasi yang baik di tengah arus bisnis saat ini.

Melihat pentingnya merek sebagai simbol dari baiknya sebuah reputasi perusahaan membuat banyak pihak yang berlomba-lomba membangun merek untuk memiliki karier di bisnis yang lebih baik, dan tidak sedikit pula yang membangun merek atas dasar jiplakan ataupun tiruan dari sebuah merek terkenal yang sudah beredar dan dilindungi secara hukum. Di Indonesia sudah cukup banyak terjadi sebuah aduan atas penjiplakan atau peniruan sebuah merek.

Contoh dari aduan atau gugatan atas pelanggaran HaKI ini adalah Kasus yang diajukan oleh PT. Antarmitra Sembada dalam putusan Mahkamah Agung nomor 769K/Pdt.Sus-HKI/2018 yang meminta agar majelis hakim membatalkan putusan

Komisi Banding Merek Nomor 443/KBM/HKI/2015, tertanggal 20 Agustus 2015 yang menolak pendaftaran merek *PURE KIDS & BABY* karena sama pada pokoknya dengan *MY BABY* dikarenakan adanya unsur persamaan dengan merek terdaftar *MY BABY* yang sudah terdaftar sejak tahun 1985 dan terus diperpanjang oleh pemiliknya. Sedangkan dari sudut pandang pihak *PURE KIDS & BABY* penolakan atas ingin didaftarkan Mereknya itu dalam putusan Komisi Banding Merek Nomor 443/KBM/HKI/2015 tidak berkekuatan hukum tetap karena ia menyatakan kalau memang merek milik perusahaan itu berbeda kemudian produk-produk *PURE KIDS & BABY* sudah dipasarkan sejak 2010 dan sudah dipromosikan secara besar-besaran di berbagai media dan sudah memiliki pasarnya sendiri hanya saja merek tersebut belum didaftarkan kepada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual pada Direktorat Merek. Selain dari dimintakannya pembatalan putusan Komisi Banding Merek Nomor 443/KBM/HKI/2015, PT. Antarmitra Sembada juga memohon kepada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual pada Direktorat Merek untuk menerbitkan sertifikat atas merek miliknya sesuai permohonan pendaftaran merek Agenda Nomor D002012009543, tertanggal 1 Maret 2012.

Dalam hal ini pihak PT. Bogamulia Nagadi dengan merek terdaftar *MY BABY* pun menyiapkan bukti bukti untuk melawan gugatan dari pihak penggugat untuk membatalkan Putusan Komisi Banding Merek Nomor 443/KBM/HKI/2015 tersebut. karena disini pihak *MY BABY* merasa dirugikan dengan keinginan dari pihak *PURE KIDS & BABY* untuk mendaftarkan mereknya meskipun sudah melakukan promosi besar-besaran untuk membangun pasarnya sendiri dengan berbagai media, sedangkan merek *MY BABY* sudah terdaftar sejak tahun 1985 dan terus menerus diperpanjang oleh pemiliknya dan sudah bisa dikatakan sebagai merek terkenal dan cukup berpengaruh di pasar, jadi bisa dikatakan meskipun *PURE KIDS & BABY* berusaha untuk membuktikan di depan majelis hakim hanya karena sudah mengedarkan dan memasarkan produk dan sudah banyak dikenal konsumen perlu juga ditunjang pendaftaran merek tanpa adanya unsur persamaan dari merek terdaftar sebelumnya.

Hakim pun dalam memutus kasus ini menolak dari apa yang digugat dari pihak *PURE KIDS & BABY* yaitu dengan menyatakan bahwa mereknya tidak mengandung persamaan pada pokoknya dengan merek *MY BABY*, dan menuntut atas dikeluarkannya sertifikat merek *PURE KIDS & BABY*, namun dalam putusan pengadilan hakim

menolak gugatan tersebut, karena pertimbangannya adalah adanya kesamaan dari merek *MY BABY* sebagai merek terdaftar terdahulu, dimana adanya kesamaan dalam kata “baby” hal ini dapat membuat kebingungan serta kekeliruan terhadap kedua merek tersebut bagi para konsumen, hal ini pula yang mendukung untuk tetap diteruskannya putusan komisi banding merek *PURE KIDS & BABY*.

Hal tersebutlah yang membuat saya ingin menyusun penelitian ini karena ingin mengetahui mengapa merek tersebut dapat ditolak tuntutan dan apa yang menjadikan dasar sebuah perusahaan dapat menuntut jika dirasa merek miliknya memiliki unsur persamaan dengan pihak lain, serta bagaimanakah pertimbangan hakim dalam memutus perkara terkait dengan kasus dalam putusan mahkamah agung nomor 769K/Pdt.Sus-HKI/2018 sehingga dalam penelitian ini saya mengangkat judul “ **Perlindungan Hukum Bagi Merek Terdaftar Berdasarkan Unsur Persamaan : Studi Putusan Mahkamah Agung Nomor 769 K/PDT.SUS-HK/2018** ”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang di atas, telah diuraikan beberapa macam persoalan yang mendorong peneliti untuk menarik pokok permasalahan dan yang menjadi pokok permasalahan yaitu :

1. Apa pertimbangan Hakim menolak gugatan dalam kasus Merek Terdaftar berdasarkan unsur Persamaan dalam Putusan Mahkamah Agung Nomor 769 K/PDT.SUS-HK/2018 ?
2. Bagaimana proses pemeriksaan merek dalam pendaftaran merek berdasarkan Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual ?
3. Bagaimana seharusnya perlindungan Merek Terdaftar yang memiliki unsur Persamaan berdasarkan Undang-undang Merek?

C. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian yang akan diangkat adalah mengenai perlindungan hukum bagi para pemilik usaha ataupun perusahaan yang mendapatkan kerugian dari adanya penjiplakan atau peniruan sebuah merek dari perusahaan tersebut baik Logo, Nama

Alya Rosyana Astuti, 2023

PERLINDUNGAN HUKUM BAGI MEREK TERDAFTAR BERDASARKAN UNSUR PERSAMAAN: Studi Putusan Mahkamah Agung Nomor 769K/PDT.SUS-HKI/2018

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Hukum, S1 Hukum

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

ataupun hal lainnya sesuai apa yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis dan membahas analisis dari kasus yang ada dalam Putusan Mahkamah Agung Nomor 769 K/PDT.SUS-HK/2018 dengan tujuan mengetahui sudah kuatkah payung hukum bagi para pelaku usaha dengan apa yang sudah diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, selain itu juga mengetahui bagaimana seharusnya pendaftaran serta pemeriksaan sebuah merek yang ingin didaftarkan sesuai dengan instansi yang menyelenggarakan yaitu Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Pada dasarnya tujuan dari penelitian penulis adalah untuk memberikan pengetahuan baru bagi para pembaca dan untuk mengembangkan ilmu- ilmu yang sudah ada serta untuk membuktikan kebenarannya. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, penelitian ini memiliki tujuan yaitu sebagai berikut :

- a. Pertimbangan Hakim menolak gugatan dalam kasus Merek Terdaftar berdasarkan unsur Persamaan dalam Putusan Mahkamah Agung Nomor 769 K/PDT.SUS-HK/2018.
- b. Proses pemeriksaan merek dalam pendaftaran merek berdasarkan pedoman Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual.
- c. Bagaimana seharusnya perlindungan Merek Terdaftar yang memiliki unsur Persamaan sesuai Undang-undang merek.

2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan Tujuan Dibuatnya Penelitian Adapun Manfaat yang dapat diperoleh dengan adanya penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Manfaat Teoritis

- 1) Memberikan pemahaman dari perspektif lain di bidang ilmu hukum terkait Perlindungan hukum bagi pelaku usaha dari praktik-praktik penjiplakan atau peniruan Merek baik dari segi penggugat dan tergugat tetapi juga penegak hukumnya, dalam penulisan ini yaitu seorang hakim dalam memutus suatu perkara yang berkaitan dengan kasus Merek ini..

2) Sebagai penambah referensi bagi para peneliti yang akan melakukan penelitian khususnya di bidang Hak Kekayaan Intelektual atau biasa disebut HaKI, karena Merek merupakan salah satu ruang lingkup HaKI

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Para Pelaku Usaha, menambah referensi yang dapat dijadikan sebagai acuan dalam menjalankan usaha agar tidak melakukan penjiplakan serta menyamai merek dari perusahaan lain dan dapat memiliki merek sendiri sebagai identitas perusahaan serta membangun reputasi yang baik di dunia bisnis.

2) Bagi Penegak Hukum, Memberikan gambaran di lapangan dari apa yang seharusnya diatur sebagai larangan yang disertai sanksi dalam peraturan perundang-undangan sehingga payung hukum dapat lebih dikuatkan sehingga tidak ada lagi oknum-oknum yang memanfaatkan kesempatan dalam kesempatan untuk merugikan perusahaan lain dengan meniru ataupun menjiplak merek dagang orang lain. serta memberikan gambaran dari bagaimana hakim harus

3) mempertimbangkan suatu keputusan dalam suatu kasus dalam hal ini kasus Merek yang mempunyai unsur persamaan, manakah yang bisa diterima gugatannya dan yang tidak bisa diterima karena tidak sesuai dengan Undang-undang yang berlaku.

4) Bagi Masyarakat, Menambah Literasi bagi masyarakat dengan kajian-kajian umum terkait teori dalam penulisan ini mengenai perlindungan hukum bagi Merek sehingga bisa membuat kita sebagai masyarakat lebih tahu bahwa Merek itu merupakan hak eksklusif yang dimiliki perusahaan dan dapat mencegah pihak lain untuk menggunakan mereknya tanpa izin.

E. Metodologi Penelitian

Penelitian merupakan suatu proses ilmiah yang bersifat formal dimana dibuat dengan aturan, urutan, dan cara penyajian tertentu guna memperoleh hasil yang dapat diakui dan dipertanggungjawabkan serta bermanfaat bagi kehidupan manusia. Dalam rangka pembuatan suatu penelitian, metode penelitian merupakan salah satu instrumen penting yang harus ada. Secara umum metode penelitian disebut sebagai kegiatan ilmiah yang dilakukan secara bertahap atau melalui proses-proses tertentu yang dimulai dari penentuan topik, pengumpulan data, dan menganalisis data sampai

akhirnya memperoleh suatu pemahaman akan suatu topik atau isu yang terjadi. Tahapan tersebut harus diikuti para peneliti untuk memudahkan dalam menentukan langkah yang jelas serta adanya pembatasan-pembatasan tertentu.⁸

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah yuridis normatif. Penggunaan jenis penelitian yuridis normatif dikarenakan objek kajiannya berkaitan dengan asas dan prinsip hukumserta teori-teori dan pendapat ahli hukum. Dapat dikatakan penelitian yuridis normatif merupakan penelitian kepustakaan (*literature research*).⁹

2. Pendekatan Masalah

Dengan menggunakan jenis penelitian yuridis normatif maka pendekatan masalah yang digunakan adalah dengan pendekatan perundang-undangan (*Statute Approach*) dan pendekatan kasus (*Case Approach*). Menggunakan pendekatan perundang-undangan dikarenakan hal yang diteliti berfokus pada beberapa aturan hukum dan menjadi tema sentral pada suatu penelitian.¹⁰

3. Sumber Data

Penelitian yang menggunakan penelitian yuridis normatif terdapat 2 (dua) sumber data yaitu data primer dan data sekunder, dalam penelitian ini sumber data yang digunakan antara lain :

a. Data Primer

- 1) Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek
- 2) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis
- 3) Undang - Undang Nomor 30 Tahun 2014 Tentang Administrasi Pemerintahan
- 4) Putusan Mahkamah Agung Nomor 769 K/PDT.SUS-HK/2018.
- 5) Putusan Mahkamah Agung Nomor 126 PK/Pdt.Sus-HKI/2016

⁸ Johnny Ibrahim&Jonaedi Efendi, *Metode Penelitian Hukum: Normatif Dan Empiris*, (Depok : Prenadamedia Group,2018).

⁹ Yati Nurhayati, Ifrani Ifrani, and M. Yasir Said, 2021, *Metodologi Normatif Dan Empiris Dalam Perspektif Ilmu Hukum*, Jurnal Penegakan Hukum Indonesia, hlm. 1–20

¹⁰ Johnny Ibrahim&Jonaedi Efendi, *Metode Penelitian Hukum: Normatif Dan Empiris*, (Depok : Prenadamedia Group,2018), hlm. 132.

Alya Rosyana Astuti, 2023

PERLINDUNGAN HUKUM BAGI MEREK TERDAFTAR BERDASARKAN UNSUR PERSAMAAN: Studi Putusan Mahkamah Agung Nomor 769K/PDT.SUS-HKI/2018

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Hukum, S1 Hukum

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

6) Hasil Wawancara Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual

b. Data Sekunder

1) Karya ilmiah seperti skripsi, tesis, dan jurnal – jurnal nasional maupun internasional

2) Buku – buku hukum di bidang Hukum Bisnis dan Hak kekayaan intelektual.

4. Cara Pengumpulan Data

Penelitian yang dilakukan penulis adalah yuridis normatif dengan pengumpulan data yang menggunakan data pustaka (*library research*) dan Wawancara.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan suatu proses untuk mengatur urutan data, mengorganisasikan data yang ada dalam suatu pola, kategori, dan uraian dasar.¹¹ Berdasarkan serangkaian metode penelitian yang telah disebutkan sebelumnya, penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif yang mana lebih banyak menggambarkan, menguraikan, menjelaskan, secara rinci permasalahan yang akan diteliti dari hasil pengumpulan data pustaka (*library research*) dan Wawancara.

¹¹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2018).

Alya Rosyana Astuti, 2023

PERLINDUNGAN HUKUM BAGI MEREK TERDAFTAR BERDASARKAN UNSUR PERSAMAAN: Studi Putusan Mahkamah Agung Nomor 769K/PDT.SUS-HKI/2018

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Hukum, S1 Hukum

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]