

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Pada saat ini ada beberapa negara berkembang, salah satunya adalah negara Indonesia mengupayakan dalam hal meningkatkan pembangunan nasional dalam segala bidangnya, terutama dalam 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.

Pengaruh globalisasi, memengaruhi peningkatan terutama di bidang sosial, ekonomi, maupun budaya yang membuat semakin meningkatkan laju perkembangan perekonomian di masyarakat, Era globalisasi dapat dianalisis dari dua karakteristik dominan. *Pertama*, era globalisasi ditandai dengan terbukanya secara luas hubungan antarbangsa dan antarnegara yang didukung dengan transparansi dalam informasi. Dalam kondisi transparansi informasi yang semakin canggih dan mengalami kecepatan akses ini, berbagai kejadian atau penemuan disatu belahan dunia akan dengan mudah diketahui dan segera tersebar kebelahan dunia lainnya.

Kedua, era globalisasi membuka peluang semua bangsa dan negara di dunia untuk mendapatkan potensi, kemampuan, dan kebutuhan masing-masing. yang mungkin terjadi dalam hubungan antarnegara didasarkan pada upaya pemenuhan kepentingan secara timbal balik, namun justru negara yang memiliki kemampuan lebih akan mendapatkan keuntungan yang besar.¹

¹*Perlindungan Hukum Terhadap Merek*, diakses dari, <https://books.google.co.id/books>

Di samping itu, semakin meningkatnya perkembangan teknologi informasi, kegiatan disektor perdagangan terhadap barang maupun jasa memengaruhi peningkatan perkembangan yang sangat pesat. meningkatnya perkembangan ekonomi, sosial dan budaya menyebabkan arus perdagangan barang dan jasa tersebut akan terus berlangsung sejalan dengan pertumbuhan ekonomi, sosial dan budaya terus meningkat.

Dalam sistem perekonomian perdagangan merupakan peranan yang penting terhadap pertumbuhan ekonomi, dengan adanya perdagangan Internasional yang memberikan kemudahan dalam kegiatan ekspor dan impor, yang mana dalam kegiatan tersebut akan memiliki pengaruh yang besar terhadap pertumbuhan ekonomi di suatu negara. Usaha dan bisnis merupakan ujung tombak dari terciptanya kegiatan perdagangan itu sendiri. Dalam era globalisasi tentu memberikan kemudahan dalam melakukan perdagangan, pada saat ini perdagangan tidak melulu bertemunya penjual dan pembeli secara langsung untuk melakukan transaksi dalam jual beli atas barang atau jasa yang diperdagangkan, namun dapat dilakukan melalui online, hal tersebut tentu mempermudah konsumen dan pelaku usaha dalam kegiatan perdagangan. jumlah online shopper di indonesia pun terus meningkat selama beberapa tahun berakhir, ditahun 2018 jumlah online shopper diperkirakan 11,9% dari total poulasi di indonesia.²

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.

² “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

Fungsi merek jika dihubungkan dengan kualitas dan mutu barang dan sisi pengusaha sebagai berikut:³

1. Tanda pengenal untuk membedakan barang/jasa hasil produksi yang dihasilkan seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum dengan produksi orang lain atau badan hukum lainnya
2. Alamat promosi, sehingga ketika mempromosikan barang/jasa dari hasil produksinya cukup menyebut mereknya saja
3. Jaminan terhadap mutu barang dan/ atau jasanya
4. Penunjuk asal barang/jasa yang dihasilkan

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.

Selama beberapa tahun terakhir merek telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia. Di manapun kita berada, kita akan selalu melihat merek yang melekat pada suatu produk baik yang berbentuk barang maupun dalam bentuk pelayanan/ jasa. Mulai dari pakaian yang kita pakai, peralatan yang kita gunakan, makanan yang kita makan, hingga metode transportasi yang kita pilih. Hampir selalu ada tanda yang melekat berupa merek yang membedakan produk tersebut dari yang lain. Dengan kata lain, merek berperan penting dalam perilaku masyarakat saat ini.⁴

Merek merupakan ruang lingkup perlindungan HKI (Hak atas kekayaan intelektual) yang melindungi hal-hal terkait tentang hak cipta, paten, merek, desain industri, *intergrated circuits* sampai pada *varietas* tanaman. Hak kekayaan intelektual (HKI), dapat juga diartikan sebagai hak-hak atas kepemilikan suatu

³*Pengenalan Merek*, diakses dari, <http://www.dgip.go.id>

⁴ Agung Indriyanto, S.H, Irine Mela Yusnita, S.S., M.H., *Aspek Hukum Pendaftaran Merek*, Jakarta: Rajawali Pers, 2017, hal 1

karya-karya yang timbul atau lahir karena adanya kemampuan intelektualitas manusia dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi.⁵

Menurut Abdul Kadir Muhammad, pada dasarnya HKI merupakan yang timbul dari suatu hasil kreatifitas atau kemampuan daya pikir manusia yang diperkenalkan kepada masyarakat dalam berbagai bentuk yang memiliki manfaat serta berguna dalam menunjang kehidupan masyarakat dan memiliki manfaat ekonomi yang berbentuk nyata biasanya dibidang teknologi, ilmu pengetahuan, seni, dan sastra.⁶

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). Pada dasarnya merupakan suatu hak yang timbul sebagai hasil kemampuan intelektual manusia dalam berbagai bidang yang menghasilkan suatu proses atau produk yang bermanfaat bagi umat manusia.⁷

HKI menjadi *issue* yang semakin menarik untuk dikaji karena perannya yang semakin menentukan terhadap laju percepatan pembangunan nasional, terutama dalam era globalisasi. Sehingga permasalahan HKI semakin banyak mendapatkan perhatian baik dari pemerintah, kalangan akademis maupun masyarakat luas. Hal ini tidak terlepas dari mulai berkembangnya kesadaran memberikan hak-hak khusus kepada mereka, penghargaan terhadap karya intelektual ini diperlukan untuk menumbuhkan atau mengembangkan daya kreativitas serta sikap inovatif masyarakat. Semangat kreativitas tersebut akan sangat berarti bagi kelancaran pembangunan khususnya dalam upaya untuk memenuhi segala kebutuhan hidup masyarakat modern yang semakin kompleks.⁸

⁵ Rachmadi Usman, *Hukum atas HAK Kekayaan Intelektual*, Bandung: PT. ALUMNI, 2003, hal 2

⁶ AbdulKhadir Muhammad. 2001, *Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*. Bandung: Citra Aditya Bakti, hal 15-16

⁷ OK Saidin, Op. Cit, 8-10

⁸*Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Merek Terdaftar Terhadap Pelanggaran Merek*, diakses dari, <http://jurnal.dharmawangsa.ac.id>

Permasalahan mengenai HKI akan menyentuh berbagai aspek seperti teknologi, industry, sosial, dan berbagai aspek lainnya. Saat ini banyak terjadi pemakain merek tanpa hak dengan tujuan hanya untuk menarik keuntungan semata-mata yang dilakukan dengan sengaja oleh pihak-pihak produsen yang tidak bertanggung jawab. Kondisi yang menimbulkan kerugian pihak produsen pemilik merek, konsumen dan pemerintah ini sangat membutuhkan suatu pengaturan yang baik agar dapat memberikan perlindungan hukum bagi pemegang hak merek.

Berdasarkan sejarah perkembangannya, hukum merek merupakan bagian dari hukum yang mengatur tentang persaingan curang (*unfair competition*) dan pemalsuan barang agar konsumen mengenali asal barang/jasa tersebut. Prinsip awal perlindungan merek adalah tidak seorang pun berhak menjual barangnya kepada masyarakat seolah-olah barang-barang pengusaha lainnya, yaitu dengan menggunakan tanda yang sama yang telah dikenal masyarakat sebagai tanda milik seseorang. Lambat laun perlindungan diberikan sebagai suatu pengakuan bahwa tanda tersebut merupakan merek milik orang yang telah memakainya dan menjadi pembeda dari barang-barang lain yang tidak menggunakan merek tersebut. Saat ini merek menjadi aset yang sangat berharga bagi produsen, distributor, bahkan ditingkat penjual terendah. David high mengatakan bahwa sumber tunggal terbesar dari nilai yang tidak terwujud dalam suatu perusahaan adalah merek. Bahkan dengan hanya menggunakan perhitungan keuangan yang konservatif, merek masih terhitung sebagai aset yang berjumlah sangat besar. Oleh karena itu, perlindungan hukum atas merek mutlak diperlukan.

Setiap negara memiliki sistem perlindungan merek melalui peraturan perundang-undangan nasionalnya. Indonesia sendiri memiliki sejarah panjang sehingga terjadi beberapa kali perubahan, pertama kali Indonesia mengundakan uu tentang merek yang dilakukan pemerintah setelah kemerdekaan Indonesia yaitu UU No.21 Tahun 1961 tentang merek perusahaan dan merek perniagaan 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 hasil penyempurnaan

dari sistem pendaftaran merek yang sebelum diatur dalam UU No.15 Tahun 2001 tentang merek.

Dalam ketentuan di Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis telah memberikan suatu arahan yang jelas bagi Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM terhadap penolakan suatu permohonan pendaftaran merek yang memiliki persamaan pada pokoknya atau tidak memiliki daya pembeda dengan:⁹

- a. Merek yang telah terdaftar milik pihak lain atau dimohonkan sebelumnya oleh pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis;
- b. Merek terkenal yang dimiliki oleh pihak lain terhadap suatu barang dan/atau jasa sejenis;
- c. Merek yang merupakan atau menyerupai nama atau singkatan nama orang terkenal, foto, nama badan hukum yang dimiliki oleh orang lain.
- d. Indikasi Geografis terdaftar

Jika merek suatu barang/ atau jasa yang dimohonkan untuk didaftarkan termasuk dalam salah satu kategori permohonan yang dapat ditolak, maka kemungkinan merek suatu barang/ atau jasa yang telah dimohonkan untuk didaftarkan akan ditolak. Namun perlu untuk dipahami bahwa penolakan terhadap permohonan pendaftaran merek yang memiliki persamaan pada pokoknya atau tidak memiliki daya pembeda, salah satunya, adalah dengan sudah terdaftar merek milik pihak lain atau dimohonkan untuk didaftarkan terlebih dahulu oleh pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis.

Pada dasarnya setiap merek yang hendak didaftarkan, terdapat syarat-syarat dan ketentuan tertentu untuk didaftarkan. Hak tas merek merupakan hak khusus yang diberikan oleh instansi tertentu dan negara kepada pemegang hak merek tersebut untuk kemudian digunakan. Karena itulah sistem administrasi merek begitu penting sehingga merek harus didaftarkan di Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual. Pendaftaran tersebut sangat penting bagi pihak konsumen,

⁹ www.hukumonline.com

karena mereka akan membeli merek (cap, simbol, lambang, dan sebagainya) yang tentunya memiliki kualitas yang aman untuk dikonsumsi.¹⁰

Pasal 20 UU No.20 Tahun 2016 menjelaskan, “suatu permohonan pendaftaran merek yang dapat ditolak yaitu jika merek tersebut bertentangan dengan kesusilaan dan ketertiban umum, tanda-tanda yang tidak memiliki suatu daya pembeda, dan memiliki persamaan pada pokoknya, merupakan keterangan atau berkaitan dengan barang dan atau jasa yang akan didaftarkan”. Syarat-syarat tersebut harus dipenuhi oleh setiap orang atau badan hukum yang ingin menggunakan sebuah merek. Merek tersebut harus mempunyai daya pembeda yang cukup dengan merek-merek lainnya. Tanda pembeda yang digunakan harus sedemikian rupa, agar membedakan barang hasil produksi seorang tersebut dengan hasil merek orang lain.¹¹ Suatu nama orang terkenal tentu tidak dapat didaftarkan sebagai merek oleh orang lain yang bukan pemilik nama tersebut, karena penggunaan nama orang terkenal sebagai merek dapat merugikan seseorang yang memiliki nama tersebut. pada kenyataannya permasalahan yang ada di masyarakat adalah pendaftaran terhadap nama-nama yang menurut masyarakat nama tersebut merupakan nama orang terkenal yang diterima oleh Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual. Merek tersebut didaftarkan dengan tujuan agar pendaftar merek memiliki hak dan perlindungan atas merek tersebut. Pemanfaatan akan nama seseorang yang terkenal marak terjadi, hal tersebut dilakukan tidak lain karena apabila menggunakan nama seseorang yang sudah terkenal akan menjanjikan keuntungan besar, hal tersebut tentu sangat merugikan masyarakat yang menggunakan merek tersebut.

Pada tanggal 3 september 2015 telah didaftarkan merek benu dan disahkan pada tanggal 7 juni 2018, dengan nomer pendaftaran IDM 000622427 atas nama Jessy Handalim. Merek tersebut terdaftar dalam kode kelas 43 yang mencakup jasa bar, cafe, kantin, catering. Merek benu tersebut mendapatkan perlindungan yang berakhir sampai dengan 3 september 2025.

¹⁰ Suyud Margono, Hak Milik Industri, Bogor: Ghalia Indonesia, 2011, hal 79

¹¹ *Ibid*, hlm 67

Merek Benu yang telah didaftarkan merupakan sebuah singkatan dari nama orang terkenal. Maksud dari singkatan nama orang terkenal tersebut adalah nama diri dari orang yang populer seperti artis, olahragawan, ilmuwan, negarawan, dan lain-lain.¹² Penolakan berdasarkan pasal 21 ayat 2 huruf (a) didasarkan pada nama lengkap, nama keluarga yang memiliki daya pembeda yang tinggi, maupun singkatan nama. Nama atau singkatan nama orang terkenal dapat menolak pendaftaran merek tanpa terikat jenis barang atau jasa.

Dalam hal ini peneliti berpendapat bahwa pendaftaran nama benu sebagai sebuah merek sangat merugikan pemilik nama tersebut. Karna nama Benu itu sudah melekat dan masuk dalam kategori orang terkenal sejak 2006, ketika Ruben sudah eksis di dunia hiburan. Jadi apabila mengatakan kata Benu, di pikiran kita itu bukan Bengkel Susu tetapi Ruben Onsu, Benu.

Berdasarkan uraian diatas diangkatlah judul penelitian ini adalah **“PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP SINGKATAN NAMA ORANG TERKENAL “BENSU” YANG DI DAFTARKAN MENJADI MEREK (Studi Kasus Ruben Onsu Gugat Merek Benu Pengusaha Kedai Bengkel Susu)”**.

I.2 Rumusan Masalah

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

- a. Bagaimana perlindungan hukum terhadap kata Ruben Onsu (“Benu”) sebagai sebuah singkatan dari nama orang terkenal, yang didaftarkan sebagai merek berdasarkan UU.No.20. tahun 2016
- b. Bagaimanakah upaya hukum Ruben Onsu untuk pembatalan pendaftaran merek “Benu” yang menggunakan singkatan nama orang terkenal ?

¹² <https://www.hukumonline.com/berita/baca/lt5bc734a153eb4/artis-gugat-pembatalan-merek-yang-telah-terdaftar-atas-nama-pengusaha/>

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 penulis akan melakukan penelitian terkait pengertian, jenis-jenis, tata cara permohonan pendaftaran, dan syarat pendaftaran merek.

I.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penulis 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 perlindungan hukum terhadap kata Ruben Onsu (Bensu) yang merupakan singkatan nama orang terkenal, yang didaftarkan sebagai sebuah merek berdasarkan UU.No.20 tahun 2016.
2. Untuk mengetahui upaya hukum Ruben Onsu untuk pembatalan merek “Bensu” yang menggunakan singkatan nama orang terkenal

b. Manfaat Penelitian

Adapun hasil dan manfaat dengan dilakukannya penelitian ini, baik bagi pembaca peneliti pada umumnya dan penulis 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 memberikan manfaat untuk dijadikan sebagai masukan bagi pemerintah agar dapat memberikan ketentuan-ketentuan yang jelas mengenai syarat-syarat pendaftaran merek, khususnya pendaftaran merek yang merupakan istilah pada Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual (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 orang terkenal.

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 oleh Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual (DJKI).

c. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan mengenai kriteria merek yang dapat didaftarkan berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016.

I.5 Kerangka Teori dan Kerangka Konseptual

1. Kerangka Teoritis

a) Teori Perlindungan Hukum

Menurut Fitzgerald yang mengutip istilah perlindungan hukum dari Salmon bahwa hukum bertujuan mengintegrasikan dan mengkoordinasikan berbagai kepentingan dalam masyarakat karena dalam suatu lalulintas kepentingan, perlindungan kepentingan tertentu dapat dilakukan dengan membatasi berbagai kepentingan dilain pihak. Kepentingan hukum adalah mengurus hak dan kepentingan manusia, yang perlu diatur dan dilindungi. Perlindungan hukum lahir dari suatu ketentuan hukum dan segala peraturan hukum yang diberikan oleh masyarakat yang pada dasarnya merupakan kesepakatan masyarakat untuk mengatur hubungan antar anggota-anggota masyarakat dan antara perseorangan dengan pemerintah yang dianggap mewakili kepentingan masyarakat.

b) Teori Penyelesaian sengketa

Dean G Pruitt dan Jeffry Z. Rubin mengemukakan sebuah teori penyelesaian sengketa. Ada 5 yakni:

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.¹³

¹³ Dean G Pruitt & Z. Rubin, Konflik Sosial, Pustaka Pelajar. Yogyakarta. 2004, hal 4-6

2. Kerangka Konseptual

Kerangka konsep adalah bentuk kerangka berpikir yang digunakan sebagai dasar dari pemecahaan masalah yang terjadi. Adapun berbagai definisi dan konsep yang digunakan, yaitu:

1. Merek

Merek adalah suatu tanda yang dapat diekspresikan/ atau diperkenalkan 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 terhadap unsur tersebut untuk dapat membedakan barang dan/atau jasa yang akan diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam melakukan kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.¹⁴

2. Jenis-jenis merek

Dalam pasal 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 jenis-jenis merek terbagi menjadi dua, yaitu merek dagang dan merek jasa. Adapun jenis merek lain yang dimuat, yaitu merek kolektif.

3. Tata-tata cara permohonan pendaftaran merek

Pendaftaran merek merupakan proses kegiatan untuk memperlancar dalam kegiatan pembagian dan pendataan klasifikasi barang, sehingga merek yang terdaftar terorganisir dengan baik.

4. Persyaratan pendaftaran merek

Dalam pendaftaran merek adapun persyaratan-persyatan yang telah diatur sebagaimana mestinya, dimana terdapat merek yang tidak dapat didaftarkan atau ditolak.

¹⁴ Republik Indonesia, Lembaran Negara Tahun 2016, Undang – Undang No 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, Pasal 1

I.6 Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dalam melakukan penelitian, penulis menggunakan metode penelitian yuridis normatif. Penelitian hukum normatif merupakan suatu proses untuk menemukan suatu aturan hukum, prinsip-prinsip hukum maupun doktrin-doktrin hukum guna menjawab isu hukum yang dihadapi dengan menggunakan pendekatan Undang-Undang (*statue approach*) dilakukan dengan masalah semua Undang-Undang dan regulasi yang bersangkutan paut dengan isu hukum yang sedang ditangani.¹⁵ 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 istilah milik umum.

2. Sumber Data

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

a. Bahan Hukum Primer

Adanya bahan hukum yang mempunyai kekuatan hukum mengikat.¹⁶ Untuk mengetahui bagaimana kriteria merek apa saja yang tidak bisa didaftarkan, maka peraturan Perundang-undangan yang digunakan sebagai dasar pemikiran terdapat dalam Pasal 21 ayat 2 huruf (A) Undang-Undang Nomor 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.¹⁷ Bahan hukum sekunder yaitu dapat berupa asas-asas hukum, doktrin, fakta hukum, pendapat dalam buku atau jurnal hukum, dan pandangan

¹⁵ Peter Mahmud Marzuki, 2008, *Penelitian Hukum*, Jakarta: Kencana, hal 29

¹⁶ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, UI-Press, 1984, hal 43

¹⁷ Mukti Fajar dan Yulianto Achad, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010, hal 53

para ahli hukum, hal tersebut akan dibutuhkan untuk mengetahui tentang kriteria istilah milik umum dalam pendaftaran merek berdasarkan Pasal 21 ayat huruf (A) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

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 Besar Bahasa Indonesia atau ensiklopedia.

3. Teknik pengumpulan data

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

a. Studi pustaka

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

b. Wawancara

Dalam hal ini penulis mencari data dan informasi dengan melakukan wawancara dengan orang atau badan hukum yang terkait dalam permasalahan yang ingin dipecahkan.

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

Dalam bab ini menguraikan mengenai pengertian merek itu sendiri, jenis-jenis merek, fungsi merek.

BAB III MEREK BENSU YANG MERUPAKAN SINGKATAN NAMA ORANG TERKENAL

Pada bab ini akan membahas mengenai merek bensu yang merupakan nama orang terkenal dan mengakibatkan kerugian pemilik nama tersebut berdasarkan UU No.20 Tahun 2016.

BAB IV PERLINDUNGAN HUKUM SERTA UPAYA HUKUM TERHADAP PENDAFTARAN MEREK BENSU YANG MENGGUNAKAN SINGKATAN NAMA ORANG TERKENAL

Pada bab ini penulis akan menguraikan tentang bentuk perlindungan hukum serta pertimbangan DJKI terhadap singkatan nama orang terkenal yang didaftarkan sebagai merek.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini akan menguraikan kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan penelitian ini

