

ANALISIS YURIDIS TERHADAP PERLINDUNGAN MEREK ASING TERKENAL BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 15 TAHUN 2001

(STUDI PUTUSAN MAHKAMAH AGUNG NOMOR : 450 K/Pdt.Sus-HKI/2014)

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam Pembukaan UUD 1945 tersirat suatu makna, bahwa Negara Republik Indonesia yang berdiri pada tanggal 17 Agustus 1945 adalah negara yang berdasarkan atas hukum (*Rechtsstaat*), hal tersebut dipertegas dalam pasal 1 ayat (3) UUD 1945, bahwa “Negara Indonesia adalah negara hukum”, oleh karenanya segala sesuatu dalam aspek kehidupan berbangsa dan bernegara mengandung konsekwensi hukum. Dengan tujuan mewujudkan cita-cita bangsa Indonesia, yaitu masyarakat adil dan makmur.

Dilatarbelakangi cita-cita ini, maka pembangunan telah dipilih sebagai satu-satunya kendaraan yang dianggap paling tepat untuk membawa bangsa Indonesia menuju kearah sana. Dalam hal ini, pemerintah Republik Indonesia sejak tiga dasawarsa terakhir telah menjadikan pembangunan di bidang ekonomi sebagai tulang punggung pembangunan nasional, yang buah hasilnya sudah dapat kita lihat bersama.

Namun yang menjadi pertanyaan mendasar kemudian adalah bagaimanakah peranan hukum di dalam derap roda pembangunan ekonomi yang berputar demikian pesat?

Kita hidup dalam dunia global. Dengan kata lain, kehidupan yang kita alami sekarang ini berhubungan dan berkaitan secara ekonomi, politik, budaya oleh apa yang disebut sebagai kemajuan teknologi. Sehingga seakan-akan pada saat sekarang kita hidup dalam suatu “kampung global”. Kenyataan atau proses yang terjadi itu disebut sebagai fenomena globalisasi.¹

Globalisasi ekonomi dewasa ini telah melahirkan berbagai kejadian baru dalam perkembangan ekonomi dunia yaitu terjadinya era pasar bebas Internasional, interdependensi sistem baik dalam bidang politik maupun bidang ekonomi, lahirnya berbagai lembaga ekonomi Internasional, pengelompokkan negara dalam kawasan

¹ Meria Utama, *Hukum ekonomi internasional*, PT. Fikahati Aneska, Jakarta, 2012, hlm.8.

ekonomi regional, dan sebagainya. Hal ini tidak dapat dilaksanakan dalam kevakuman hukum dan kaedah-kaedah hukum sangat diperlakukan untuk mengatur mekanisme hubungan agar tidak menjadi konflik kepentingan dalam pembangunan ekonomi suatu bangsa. Seandainya konflik betul-betul terjadi, maka pranata hukumlah yang dapat dipergunakan sebagai alat untuk menyelesaikannya. Hukum di samping untuk menjaga ketertiban masyarakat, juga dapat dipergunakan sebagai rambu-rambu dalam pembangunan ekonomi sehingga ada kepastian hukum dan rasa keadilan bagi pelaku ekonomi di manapun mereka berada.

Globalisasi ekonomi menimbulkan pengaruh yang besar pada sistem hukum suatu negara, karena globalisasi ekonomi menyebabkan terjadinya globalisasi hukum. Globalisasi hukum tersebut tidak hanya didasarkan kesepakatan internasional antar bangsa, tetapi juga pemahaman tradisi hukum dan budaya antara barat dan timur.²Dalam hal ini hukum berusaha untuk melintasi atau membongkar hambatan ruang dan waktu, dengan menisbikan perbedaan sistem hukum. Sehingga lahir lah perjanjian-perjanjian internasional. Menurut Mochtar Kusumaatmaja, perjanjian internasional adalah perjanjian yang diadakan oleh masyarakat bangsa-bangsa dan bertujuan untuk mengakibatkan akibat-akibat hukum tertentu.³

Suatu hal yang tidak dapat di pungkiri ialah saling membutuhkannya antara negara yang satu dengan negara lainnya yang di berbagai lapangan kehidupan, tentunya hal tersebut mengakibatkan hubungan yang terus-menerus bahkan tetap antar bangsa-bangsa. Sehingga tentunya diperlukan suatu aturan main untuk memelihara dan mengatur hubungan yang demikian tersebut.⁴

Aturan main yang diterapkan haruslah bercirikan hukum yang harmonis atau setidak-tidaknya hukum transnasional. Harmonisasi hukum di sini diartikan bahwa hukum internasional dipengaruhi hukum nasional dan hukum nasional jugadipengaruhi hukum internasional. Sebagai contoh dalam bidang perdagangan

2 Erman Rajagukguk, *Peranan Hukum Dalam Pembangunan pada Era Globalisasi: Implikasinya Bagi Pendidikan Hukum Indonesia*, Pidato Pengukuhan Guru Besar, FH-UI, Jakarta, 1997, hlm. 6.

3 Mochtar Kusumaatmatmadja, *Pengantar Hukum Internasional*, Bina Cipta ,Bandung, 1976 , hlm.109.

4 Prof.Dr.Yudha Bakti Ardhiwisastro, *Hukum Internasional (Bunga Rampai)*, Alumni, Bandung, 2003, hlm.105.

internasional, ketentuan perdagangan internasional dalam rangka *World Trade Organization* (WTO) telah mendorong masing-masing negara membuat aturan nasional sebagai tindak lanjut penerapan ketentuan tersebut dalam suasana nasional.⁵

Di samping itu perkembangan di bidang perdagangan dan industri yang sedemikian pesatnya memerlukan peningkatan perlindungan terhadap teknologi yang digunakan dalam proses pembuatan, apabila kemudian produk tersebut beredar di pasar dengan menggunakan merek tertentu, maka kebutuhan untuk melindungi produk yang dipasarkan dari berbagai tindakan melawan hukum pada akhirnya merupakan kebutuhan untuk melindungi merek tersebut dari kemungkinan pemalsuan atau dari persaingan yang tidak wajar (curang).⁶

Merek adalah tanda pengenal yang membedakan milik seseorang dengan milik orang lain, seperti pada pemilikan ternak dengan memberikan tanda cap pada punggung sapi yang kemudian dilepaskan ditempat penggembalaan bersama yang luas. Cap seperti itu memang merupakan tanda pengenal untuk menunjukkan bahwa hewan yang bersangkutan adalah milik orang tertentu. Biasanya, untuk membedakan tanda atau merek digunakan istilah inisial dari nama pemilik sendiri sebagai tanda pembedaan.⁷

Merek merupakan hasil pemikiran dan kecerdasan manusia yang dapat berbentuk penemuan, oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa merek bagian dari Hak atas Kekayaan Intelektual (HKI) atau disebut juga dengan *property rights* yang dapat menembus segala batas antara negara.⁸ HKI atau *property rights*, sangat penting terutama di bidang industri dan perdagangan baik nasional maupun internasional.⁹

5 Sri Setianingsih Suwardi, "Pembentukan Hukum Internasional di Organisasi Internasional dan Pengaruhnya terhadap Pranata Hukum Nasional Indonesia, dalam Beberapa Pemikiran Hukum Memasuki Abad XXI: Mengenang Almarhum Prof. Dr. Komar Kantaatmadja, S.H., LL.M., diedit oleh Hendarmin Djarab, dkk., Bandung, Angkasa, 1998, hlm.190.

6 Budi Agus Riswandi dan M. Syamsudin, *Hak Atas Kekayaan Intelektual dan Budaya Hukum*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2005, hlm.82.

7 Harsono Adisumarto, SH. MPA, *Hak Milik Intelektual Khususnya Paten Dan Merek*, Akademika Pressindo, Jakarta, 1989, hlm.44.

8 Sudargo Gautama dan Rizawanto Winata, *Pembaharuan Hukum Merek Indonesia (Dalam rangka WTO, TRIPs)*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1997, hlm.6.

9 Dwi Rezki Sri Astarini, *Penghapusan Merek Terdaftar*, Alumni, Bandung, 2009, hlm.1.

Merek sebagai salah satu bagian dari HKI memiliki peranan yang sangat penting karena dengan menggunakan merek atas barang-barang yang diproduksi, dapat membedakan asal-usul mengenai produk barang dan jasa. Merek juga digunakan dalam dunia periklanan dan pemasaran karena menurut Eddy Damian, publik sering mengaitkan suatu *image*, kualitas atau reputasi barang dan jasa dengan merek tertentu dimana merek dapat menjadi kekayaan yang sangat berharga secara komersial, dan karena adanya merek tersebut, dapat membuat harga-harga suatu.¹⁰

Berkembangnya perdagangan internasional dan adanya gerakan perdagangan bebas mengakibatkan makin terasa kebutuhan perlindungan terhadap Hak atas Kekayaan Intelektual yang sifatnya tidak lagi timbal balik, tetapi sudah bersifat antar negara secara global. Permasalahan yang dihadapi saat ini tidak hanya dalam bidang kekayaan intelektual semata, akan tetapi bidang ekonomi dan hukum juga ikut terlibat dan tidak terpisahkan dalam membahas permasalahan tersebut.¹¹

Peraturan mengenai perlindungan hak merek di Indonesia sendiri telah mengalami lima kali perubahan dengan penggantian undang-undang.¹² Terdapat beberapa hal pokok perubahan dan penambahan dalam setiap perubahan yang dilakukan. Namun perubahan-perubahan tersebut bukan tanpa sebab, salah satunya dikarenakan hukum itu sifatnya hidup, yaitu timbul, tumbuh, dan mati, sesuai dengan perubahan-perubahan keyakinan masyarakat (dinamis).¹³ Hukum itu bukanlah suatu peraturan yang abadi yang ditentukan secara hasil pemikiran saja. Hukum bukanlah puncak *ratio* yang berasal dari kodrat-alam yang tak dapat diubah-ubah.¹⁴ Oleh

10 Eddy Damian, *Hak Kekayaan Intelektual (Suatu Pengantar)*, Alumni, Bandung, 2003 hlm.131.

11 Muhammad Djumhana dan Djubaedillah, *Hak Milik Intelektual: Sejarah, Teori dan Prakteknya di Indonesia*, PT.Citra Aditya Bakti, Bandung, 1993, hlm.8.

12 Adapun perubahan tersebut antara lain: Undang-undang Nomor 21 Tahun 1961 “Tentang Merek Perusahaan dan Merek Perniagaan”; Undang-undang Nomor 19 Tahun 1992 “Tentang Merek”; Undang-undang Nomor 14 Tahun 1997 “Tentang Perubahan Atas Undang-undang Nomor 19 Tahun 1992”; Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 “Tentang Merek”; Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 “Tentang Merek Dan Indikasi Geografis”.

13 Prof. Dr. Sjachran Basah, S.H., CN, *Ilmu Negara; Pengantar, Metode, dan Sejarah Perkembangan*, PT CITRA ADITYA BAKTI, Bandung, 2011, hlm.7.

14 Utrecht, E., *Pengantar Hukum Administrasi Negara Indonesia*, Ikhtiar, Jakarta, 1962, hlm.48.

karenanya hukum akan selalu berkembang, mengikuti perkembangan manusia demi memenuhi tuntutan zaman.

Merek dianggap sebagai “roh” bagi suatu produk barang atau jasa.¹⁵ Upaya pemilik merek untuk mencegah pemakaian mereknya oleh pihak lain merupakan hal yang sangat penting dan sepatutnya dilindungi oleh hukum. Berkaitan dengan perlindungan merek, perdagangan tidak akan berkembang jika merek tidak mendapat perlindungan hukum yang memadai di suatu Negara. Pembajakan atau pelanggaran-pelanggaran merek tentunya tidak hanya merugikan para pengusahanya saja sebagai pemilik atau pemegang hak atas merek tersebut, tetapi juga bagi para konsumen.

Namun hingga hari ini upaya perlindungan merek di Indonesia masih dinilai sangat lemah, hal tersebut dalam terlihat dari maraknya kasus terjadi, mulai dari pemalsuan hingga pemboncengan nama besar. Tak heran memang jika kita coba melihat data yang disajikan oleh dirjen haki dalam *website*-nya, jumlah merek terdaftar setiap tahun selalu mengalami kenaikan yang cukup signifikan, tercatat pada tahun 2016 ada 36.101 merek terdaftar di Indonesia, pada tahun 2017 jumlah tersebut naik menjadi 41.439 merek terdaftar. Kurang lebih 5.338 merek yang berhasil terdaftar pada tahun 2017 dari 22.663 total permohonan merek pada tahun tersebut.¹⁶ Wajar saja apabila tingkat pelanggaran juga semakin membesar.

Tak ketinggalan juga para *public figure* internasional, yang mencoba mengembangkan sayapnya didunia bisnis, juga tak luput dari permasalahan mengenai merek dagang. Sebagai contoh, penyanyi internasional dengan nama besar seperti Beyonce, kerap kali berurusan dengan permasalahan mengenai hak merek.

Pada tahun 2015, Beyonce, bersama sang suami Jay Z dan dua rekan penyanyinya yakni Pharrell Williams dan Rihanna mengajukan gugatan kepada peritel pakaian paris (ElevenParis). Para seniman ini menuduh ElevenParis dan

¹⁵ Insan Budi Maulana., *Sukses Bisnis Melalui Merek, Paten, dan Hak Cipta*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1997, hlm.60.

¹⁶<http://statistik.dgip.go.id/statistik/production/> (Diakses pada 18 februari 2018).

afiliasi-afiliasinya terbiasa dan sengaja melanggar hak intelektual tanpa izin, membajak merek, hak cipta, dll dari para selebritas kelas atas.¹⁷

Lalu pada tahun 2016, video clip *drunk in love* beyonce tersandung masalah, lantaran diva tersebut menampilkan logo 'Roc A Fella' tanpa izin. Akibatnya seorang desainer bernama Dwayne Walker mengajukan gugatan hukum terhadap beyonce, karena menganggap logo tersebut adalah karya intelektualnya.

Pada tahun yang sama, yakni 2016. Beyonce menuntut merek dagang yang mirip namanya. Merek dagang asal Texas yang menyediakan produk *merchandise* menggunakan nama 'Feyonce' sebagai merek produknya.

Di Indonesia sendiri, salah satu kasus sengketa hak merek yang cukup menyita perhatian publik adalah kasus LEXUS dengan PRO LEXUS. Hal ini bermula ketika perusahaan otomotif terkemuka dunia yakni TOYOTA MOTOR CORPORATION yang sudah berdiri sejak 28 agustus 1937 dengan kantor pusat di jepang meluncurkan sebuah produk mobil mewah pada tahun 1989. Produk tersebut pertama kali diperkenalkan di amerika serikat, dan dipasarkan secara luas diseluruh dunia mulai dari benua amerika, eropa, australia, dan tidak ketinggalan yakni asia.

Merek LEXUS merupakan merek yang bersaing ketat dengan merek mewah tradisional jerman, seperti Audi, BMW, Jaguar dan Mercedez Benz. Dan merupakan salah satu mobil berpredikat terbaik dalam kategori kualitas, kepuasan konsumen dan penjualan. Tercatat sejak tahun pertama peluncurannya pada tahun 1989 hingga 2006, produk tersebut dijual di 70 negara di seluruh dunia. Dengan target ekspansi 76 negara pada tahun 2010.

Di Indonesia sendiri, LEXUS resmi dipasarkan mulai tahun 2007. Pada tahun tersebut lexus hanya menempati peringkat keenam, namun pada tahun berikutnya LEXUS sudah menyodok ke peringkat ketiga dibelakang Mercedez Benz dan BMW. Hal tersebut tidak lepas dari nama besar dan reputasinya yang sudah dibangun sejak pertama kali produk tersebut diluncurkan, yakni pada tahun 1989. Sehingga memiliki

¹⁷<https://m.antaranews.com/berita/522292/beyonce-dan-rihanna-perkarakan-peritel-paris> (Diakses pada 18 february 2018). Penulis : Jafar M Sidik

daya tarik yang cukup besar di masyarakat, dan dapat diklasifikasi ke dalam merek ternama (*well-known marks*).

TOYOTA MOTOR CORPORATION merasa bahwa Indonesia merupakan salah satu pasar yang bagus untuk produknya. Berkaitan dengan hal tersebut, TOYOTA MOTOR CORPORATION merasa perlu untuk mendapatkan perlindungan atas merek LEXUS. Pada tahun 2008, TOYOTA MOTOR CORPORATION mengajukan permohonan pendaftaran untuk merek LEXUS. Namun ternyata pada tahun 2010 terdapat merek serupa yang bernama PRO LEXUS. Si pemilik produk LEXUS menganggap bahwa produknya lah yang memiliki hak eksklusif untuk menggunakan nama tersebut beserta variasinya, hingga akhirnya mengajukan gugatan ke Pengadilan Niaga untuk membatalkan merek tersebut, karena merek PRO LEXUS diduga memiliki itikad tidak baik. “Yakni Pemohon yang dalam mendaftarkan mereknya memiliki niat untuk meniru, menjiplak, atau mengikuti merek pihak lain demi kepentingan usahanya menimbulkan kondisi persaingan usaha tidak sehat, mengecoh, atau menyesatkan konsumen.”

Namun naasnya gugatan tersebut dikalahkan, baik di tingkat Pengadilan Niaga hingga Kasasi. Hakim menganggap bahwa gugatan yang dilayangkan oleh pihak LEXUS sudah daluarsa, karena nyatanya pengajuan pendaftaran perpanjangan produk PRO LEXUS pada tahun 2010 merupakan perpanjangan dari tahun 2001.

Memang Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang merek mengatur hal tersebut, yakni pada Pasal 69 ayat 1, yang berbunyi “Gugatan pembatalan pendaftaran Merek hanya dapat diajukan dalam jangka waktu 5 (lima) tahun terhitung sejak tanggal pendaftaran Merek”. Namun hal ini tidak tanpa pengecualian.

Pada beberapa alasan tertentu, jangka waktu daluarsa tidak berlaku. Yakni pada pasal 69 ayat 2, yang berbunyi “Gugatan pembatalan dapat diajukan tanpa batas waktu apabila Merek yang bersangkutan bertentangan dengan moralitas agama, kesusilaan atau ketertiban umum”.

Penulis berpendapat bahwa perbuatan yang dilakukan oleh PRO LEXUS merupakan perbuatan yang masuk kedalam kualifikasi sebagai perbuatan yang mengganggu “Ketertiban Umum”, yakni perbuatan peniruan merek orang lain yang

telah terkenal yang dapat menimbulkan keresahan, khususnya di kalangan pengusaha/industriawan terhadap peniruan merek-mereknya yang telah terkenal.¹⁸ Oleh karenanya jangka waktu daluarsa gugatan sebagaimana yang dijatuhkan oleh hakim tidak berlaku, dan penulis berpendapat bahwa hakim dalam hal ini sudah keliru menerapkan hukum.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk menganalisis kasus tersebut secara mendalam dengan judul **“Analisis Yuridis Terhadap Perlindungan Merek Asing Terkenal Berdasarkan Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 (Studi Putusan Mahkamah Agung Nomor 450K/Pdt.Sus-HKI/2014)”**.

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Dalam ketertarikan penulis dalam pembahasan pada latar belakang diatas mengenai perlindungan merek asing terkenal yang dewasa ini dirasa cukup kompleks, dirasakan lemahnya sistem hukum. Dan penulis melihat adanya ketidaksesuaian antara putusan pengadilan Mahkamah Agung Nomor : 450 K/Pdt.Sus-HKI/2014 dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang mengaturnya Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 Tentang Merek.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dan latar belakang masalah diatas maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah perlindungan hukum terhadap merek asing terkenal ditinjau dari Undang-Undang Nomor 15 tahun 2001?
2. Apakah penerapan hukum terhadap pembatalan merek asing terkenal yang telah melewati jangka waktu daluarsa dalam putusan pengadilan Mahkamah Agung Nomor : 450 K/Pdt.Sus-HKI/2014 telah sesuai dengan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001?

¹⁸ Prof. Mr. Dr. Sudargo Gautama & Rizawannto Winata, SH, *Himpunan Keputusan Merek Dagang*, Alumni, Bandung, 1987, hlm.230.

1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui perlindungan hukum terhadap merek asing terkenal menurut Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001.
2. Untuk mengetahui apakah penerapan hukum terhadap gugatan pembatalan merek asing terkenal dalam perkara nomor : 450 K/Pdt.Sus-HKI/2014 telah sesuai dengan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Agar hasil dari kegiatan penelitian yang dicapai tidak sia-sia, maka setiap penelitian berusaha untuk mencapai manfaat yang sebesar-besarnya adapun kegunaan yang dapat diperoleh dari penelitian sebagai berikut :

1. **Manfaat Teoritis**
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu ilmu hukum khususnya tentang perlindungan merek asing terkenal.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya wawasan dan pengetahuan penelaah ilmiah serta menambah *literature* atau bahan informasi ilmiah yang dapat digunakan untuk melakukan kajian dan penulisan ilmiah di bidang hukum yang selanjutnya.
2. **Manfaat Praktis**
 - a. Diharapkan dapat memperluas pandangan dan wawasan berpikir bagi segenap civitas akademi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan masyarakat umum.
 - b. Diharapkan penelitian ini dapat berguna sebagai bahan acuan bagi pihak-pihak terkait dalam hal perlindungan merek asing terkenal.

1.4 Kerangka Teori, Kerangka Konseptual, Kerangka Pemikiran

1.4.1 Kerangka Teori

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teori-teori hukum yang bertujuan sebagai landasan pemikiran. Teori tersebut antara lain:

1. **Grand Theory** (Konsep Negara Hukum)

Konsep Negara Hukum merupakan teori dasar, sebagaimana ditegaskan dalam pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Dasar 1945, bahwa “Negara Indonesia adalah negara hukum”. Oleh karenanya segala sesuatu dalam aspek kehidupan berbangsa dan bernegara mengandung konsekwensi hukum.

2. **Middle Range Theory** (Teori Risiko)

Teori risiko (*Risk Theory*) memandang merek sebagai suatu karya intelektual diciptakan atau dihasilkan dan kemudian dikembangkan berdasarkan oleh pemikiran dan usaha yang mengandung berbagai macam resiko. Oleh karena itu maka perlindungan terhadap pencipta, pemiik merek dipandang sebagai suatu hal yang wajar dan sudah seharusnya.

3. **Applied Theory** (Teori Insentif)

Teori insentif (*Incentive Theory*) mulanya berasal dari Teori penghargaan (*Reward Theory*) yang menyatakan bahwa penemu, pencipta, pemilik merek perlu mendapatkan perlindungan sebagai penghargaan atas usaha atau kerja keras mereka dalam menghasilkan dan menggunakan merek. Teori insentif kemudian menyatakan bahwa sebagai hasil dari penghargaan tersebut maka akan merangsang para pihak untuk menciptakan karya-karya intelektual baru, lebih bervariasi sehingga akan menghasilkan keuntungan.¹⁹

1.4.2 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual bertujuan agar memperoleh gambaran dan pemahaman yang sama tentang makna dan definisi yang dipergunakan dalam penulisan ini. Antara lain sebagai berikut:

¹⁹Sunaryati Hartono, *Hukum Ekonomi Pembangunan Indonesia*, Binacipta, Bandung, 1982, hlm.123.

1. Negara adalah suatu tertib hukum atau tertib masyarakat yang mempunyai sifat memaksa, maka dengan sendirinya lalu mengurangi atau membatasi kebebasan daripada warga negaranya.²⁰
2. Hukum adalah himpunan peraturan-peraturan (perintah-perintah dan larangan-larangan) yang mengurus tata-tertib suatu masyarakat dan karena itu harus ditaati oleh masyarakat itu.²¹
3. Globalisasi adalah proses integrasi Internasional yang terjadi karena pertukaran pandangan dunia, produk, pemikiran dan aspek-aspek kebudayaan.²²
4. Perjanjian internasional adalah perjanjian yang diadakan oleh masyarakat bangsa-bangsa dan bertujuan untuk mengakibatkan akibat-akibat hukum tertentu.
5. Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.
6. Hak atas Merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik Merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri Merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya.
7. Merek terkenal adalah merek yang memiliki reputasi tinggi, dengan indikatornya adalah pengetahuan masyarakat mengenai merek di bidang usaha yang bersangkutan.

²⁰ Soehino S.H, *Ilmu Negara*, Liberty, Yogyakarta, 1998, hlm.191.

²¹ DRS. C.S.T. Kansil, S.H, *Pengantar Ilmu Hukum Dan Tata Hukum Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta, 1986, hlm.38.

²² <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Globalisasi> (diakses pada 11 februari 2018).

8. Perlindungan hak merek adalah upaya untuk melindungi pemilikan atas merek, investasi dan *goodwill* (nama baik) dalam suatu merek dan untuk melindungi konsumen dari kebingungan menyangkut asal usul suatu barang atau jasa.

1.4.3 Kerangka Pemikiran



1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Metode Pendekatan Penelitian

Dalam penulisan ini penulis menggunakan metode penelitian “yuridis normatif”,²³ yaitu pendekatan atau penelitian yang dilakukan dengan menitikberatkan kepada data sekunder.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Teknik penulisan ini dilakukan dengan cara menggali kerangka yuridis-normatif menggunakan bahan hukum dan data-data lain yang diperoleh yang membahas tentang teori-teori hukum dan peraturan yang berlaku mengenai sistem perlindungan hak merek, berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan untuk selanjutnya dilakukan kajian.

Sumber bahan tersebut yakni :

1. Bahan hukum primer, berupa bahan-bahan yang memiliki kekuatan mengikat, seperti norma dasar, peraturan perundang-undangan, khususnya Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, Kovensi-konvensi Internasional (Konvensi Paris dan Konvensi Berne).

²³ Ronny Hanijo Soemitro, *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1990, hlm.33.

2. Bahan hukum sekunder, yang menjelaskan bahan hukum primer dan isinya tidak mengikat, seperti literatur tentang perlindungan hak merek, pendapat sarjana, makalah-makalah dalam seminar tentang perlindungan hak merek, artikel-artikel yang berkaitan dengan perlindungan hak merek.
3. Bahan hukum tersier, seperti ensiklopedia, jurnal, kamus hukum, dsb. Yang sifatnya melengkapi bahan hukum primer dan sekunder.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam pembahasan penulisan ini penulis berusaha untuk menjelaskan permasalahan yang telah diteliti, yang lainnya serta untuk lebih memaparkan, mengarahkan, mengembangkan lalu membahas secara sistematis dan terperinci. Adapun sistematikanya adalah sebagai berikut :

BAB I. PENDAHULUAN

Di dalam bab ini diuraikan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah dan perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka teoritis, kerangka konseptual dan kerangka pemikiran, metode penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Di dalam bab ini merupakan landasan teori-teori sebagai penjelasan dari istilah-istilah yang terkait dengan permasalahan yang di bahas.

BAB III. HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi temuan terkait penelitian yang dilakukan oleh penulis.

BAB IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Di dalam bab ini pembahasan dan hasil analisa dari rumusan masalah 1 dan 2 yaitu mengenai perlindungan hak merek khususnya terhadap Merek Asing Terkenal (Studi Putusan Mahkamah Agung Nomor 450K/Pdt.Sus-HKI/2014).

BAB V. PENUTUP

Di dalam bab ini merupakan penutup yang berisi kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis.