

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kerangka Teoritis

Terkait masalah yang diteliti ada beberapa teori-teori yang cocok dikaitkan dengan tanggung jawab pelaku usaha sebagai dampak pengaruh iklan yang menyesatkan adalah sebagai berikut :

2.1.1. Teori Perlindungan Merek Dagang

Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual berfungsi sebagai bentuk perlindungan yang diberikan oleh negara pada awalnya, perlindungan ini berupa hasil karya atau ide dari masyarakat. Hukum kekayaan intelektual secara umum melindungi ide ataupun gagasan dan peniruan ataupun penggunaan oleh orang yang tidak memiliki hak akan hal tersebut. Hukum dari hak kekayaan intelektual ini dapat dimanfaatkan oleh pengusaha dalam hal melakukan penuntutan, baik itu penuntutan secara pidana maupun penuntutan secara perdata apabila hasil karya seni, kreasi serta ciptanya dijiplak dan dimanfaatkan oleh orang lain tanpa hak yang pasti. Dengan demikian, adanya kekayaan intelektual ini dapat memberikan kesempatan yang luas guna mencegah perbuatan pada pelanggaran hak kekayaan intelektual yang dimiliki, baik dengan cara mendapatkan ganti rugi ataupun dengan cara menghukumnya. Hal inilah yang dinamakan dengan sifat preventif.

Kekayaan intelektual mendapat banyak hal terkait perlindungan, seperti foto, film, novel, rekaman suara, karya seni, musik, program komputer dan perangkat kerasnya, desain untuk barang-barang yang bersifat masal, *website*

internet, obat-obatan baru, rekayasa biologi makhluk hidup, teknologi/*know how*, rahasia dagang, karakter dan nama-nama hasil penemuan. Hak Kekayaan Intelektual dimaknai sebagai suatu hak yang melekat pada benda, dimana benda tersebut tidak berwujud (*immaterial*) dan dimiliki oleh seseorang karena adanya aktivitas yang bersifat intelektual ataupun daya kreasi dari manusia yang diwujudkan ataupun diungkapkan dalam bentuk penemuan maupun bentuk karya ciptaan tertentu.

Supaya produsen mengenali asal penciptaan dari suatu barang tertentu dan adanya peraturan yang mengatur tentang persaingan curang (*unfair competition*) merupakan bagian dari hukum merek (Indriyanto & Yusnita, 2017). Perlindungan merek tercipta dari prinsip awal yang pada dasarnya merupakan tidak seorangpun berhak menjual barang atau produknya kepada semua masyarakat yang seolah-olah hal tersebut merupakan barang milik pengusaha lain, yaitu penggunaan tanda yang sama seperti yang dikenal masyarakat sebagai tanda milik atas seseorang. Hal ini disebabkan karena merek tertentu memperoleh perlindungan dari HKI berupa hak yang bersifat eksklusif, adapun hak tersebut hanya bisa digunakan dan dimanfaatkan oleh pemilik dari merek yang sudah terdaftar sebelumnya untuk penggunaan merek tersebut sehingga berdampak baik pada tidak adanya pihak lain yang bisa menggunakan hak yang dimaksud tanpa seizin pemilik hak dari merek barang tersebut.

Doktrin atau ajaran persamaan yang timbul dalam hukum merek terkait fungsi dari suatu merek, yaitu berperan sebagai pembeda antar jasa maupun produk. Terdapat dua macam ajaran persamaan dalam merek yang terdiri dari

doktrin persamaan menyeluruh dan doktrin persamaan identik. Berdasarkan doktrin persamaan menyeluruh yaitu penegakkan terhadap persamaan merek yang berada di atas prinsip “*entireties semiliar*” artinya adalah antara satu merek dengan merek yang lain yang mempunyai persamaan secara menyeluruh mencakup berbagai faktor berhubungan secara maksimal memunculkan bentuk persamaan. Sedangkan pada doktrin persamaan identik memiliki definisi yang lebih luas dan fleksibel, yaitu semua unsur secara kumulatif tidak harus sama dalam hal menentukan ada atau tidaknya persamaan merek (Saidin, 2013).

Pada Pasal 3 Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 menyatakan, “hak merek diberi kepada pemilik merek terdaftar, sehingga berdasarkan pasal tersebut sudah jelas jika penggunaan sistem merek yang ada di Indonesia merupakan sistem aktif (konstitutif) dengan demikian pemilik merk yang sudah terdaftar merupakan pemegang dari hak merk tersebut”. Pemilik dari merek yang terdaftar sebagai pemegang dari suatu merk bisa memakai merk itu secara individu atau sendiri ataupun bisa juga memberi ijin kepada pihak-pihak lain dalam penggunaannya. Selanjutnya berdasarkan Pasal 40 Undang-Undang Merek Nomor 15 Tahun 2001 menyatakan “hak merek bisa dialihkan haknya sesuai ketentuan Undang-Undang”.

Pemberian bentuk perlindungan hukum yang dilakukan atas dasar sistem *first to file principle* kepada pemegang hak dari merek yang telah terdaftar yang beritikad sifatnya secara preventif ataupun represif. Pemberian perlindungan hukum secara preventif melalui proses pendaftaran merk dan perlindungan hukum secara represif fokus pada pemberian sanksi hukum, secara pidana maupun

perdata kepada siapa saja yang telah melanggar ketentuan dari hak merek, adapun pihak pemilik dari merek terdaftar mendapatkan bentuk perlindungan hukum atas pelanggaran yang tercipta dari hak merek baik itu yang berwujud gugatan ganti rugi maupun menghentikan segala jenis perbuatan terkait penggunaan merek yang dimaksud ataupun atas dasar tuntutan hukum pidana melalui aparat penegak hukum (Saidin, 2013).

2.1.2. Merek Dagang

2.1.2.1. Pengertian Merek Dagang

Harsono Adisumarto mengemukakan pengertian Merek merupakan tanda pengenal yang isinya membedakan antara milik seorang dengan milik orang lain, misalnya halnya kepemilikan ternak dengan cara memberi tanda cap yang diletakkan pada bagian punggung sapi yang selanjutnya dapat dilepas di lokasi penggembalaan bersama yang luas. Cap tersebut sebagai tanda pengenal untuk memperlihatkan hewan yang dilepaskan di lokasi penggembalaan sebagai hewan ternak milik seseorang. Sebagai pembeda Merek atau tanda, biasanya digunakan inisial dari nama pemilik (Gunawati, 2015:89). Sementara itu, Merek Dagang yakni merek yang dipakai pada barang yang jual belikan oleh seseorang dengan bersama-sama atau badan hukum untuk memberikan perbedaan dengan semua barang sejenis lain.

Selanjutnya Philip S James mendefinisikan Merek Dagang yaitu suatu tanda yang dipakai oleh seorang pengusaha atau pedagang untuk menandakan bahwa suatu bentuk tertentu dari barang-barang kepunyaannya, pengusaha atau pedagang tersebut tidak perlu penghasilan sebenarnya dari barang-barang itu, untuk

memberikan kepadanya hak untuk memakai sesuatu merek, cukup memadai jika barang-barang itu ada di tangannya dalam lalu lintas perdagangan (Saidin, 2013). Dengan demikian Merek dapat dimaknai suatu tanda pembeda untuk membedakan dari jasa maupun barang yang diproduksi hingga diperdagangkan oleh perusahaan, adanya ciri khas atau karakter tertentu dari barang untuk menunjukkan asal jasa maupun barang yang diproduksi dan diperdagangkan.

Definisi merek secara yuridis ada Pasal 1 Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 Tentang Merek, “merek yakni tanda yang berwujud gambar, kata, nama, susunan warna, angka-angka dan huruf-huruf maupun perpaduannya dengan daya pembeda serta dipakai untuk aktivitas perdagangan jasa maupun barang”. Sedangkan pada Pasal 1 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 mengemukakan “merek yakni tanda dengan tampilan grafis berwujud gambar, kata, nama, susunan warna, angka-angka dan huruf-huruf ditampilkan berwujud dua dimensi maupun tiga dimensi, hologram, suara ataupun kombinasi dua atau lebih unsur tersebut supaya dapat sebagai pembeda jasa dan/atau barang yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dengan tujuan aktivitas perdagangan”.

2.1.2.2. Syarat-Syarat Pendaftaran Merek

Pendaftaran merek diatur melalui Undang-Undang Merek Tahun 2001, pada peraturan pelaksanaan pendaftaran merek dalam Peraturan Pemerintah No. 23 Tahun 1993 tentang Tata Cara Permintaan Pendaftaran Merek, dan Peraturan Pemerintah No. 24 tahun 1993 tentang Kelas Barang atau Jasa bagi Pendaftaran Merek. Pasal 7 sampai dengan Pasal 10 Undang-Undang Merk 2001 mengatur

Pendaftaran merek. Supaya produk tertentu bisa dilakukan proses pendaftaran merek, pemilik merek harus mengikuti persyaratan sebagai berikut:

- 1) Tanda dengan daya pembeda (*capable of distinguishing*). Tanda dengan tidak memiliki daya beda sebab sangat sederhana, misalnya sebuah garis, suatu titik ataupun sebab sangat rumit, misalnya lukisan benang kusut, tidak bisa menjadi merek.
- 2) Tidak melanggar kesusilaan, ketertiban umum (*public order and morality*). Perkataan maupun gambar yang menyinggung unsur dari suatu agama, melanggar kesopanan hingga ada unsur pelanggaran ketertiban di masyarakat, misalnya gambar porno, kalimat vulgar tidak bisa menjadi merek.
- 3) Bukan keterangan terkait jasa dan barang yang dimintakan pendaftaran. Lukisan susu untuk minuman susu tidak bisa menjadi merek, gambar nanas untuk sirup rasa nanas.
- 4) Bukan merupakan milik umum (*not becoming public property*). Seperti contohnya lukisan jempol yang telah dikenal secara umum sebagai suatu pujian, maka hal tersebut sudah menjadi milik umum, maka tidak bisa lagi jika menjadi merek.
- 5) Bukan berasal dari tiruan ataupun cenderung tidak menyerupai penamaan atau singkatan simbol, lambang, bendera maupun *emblem* yang melambangkan negara atau lembaga yang bersifat nasional ataupun yang bersifat internasional terkecuali jika mendapat izin tertulis.

- 6) Tidak memiliki persamaan pada bagian inti maupun menyeluruh dari kepemilikan orang lain yang sudah terdaftar lebih awal untuk bentuk jasa maupun barang yang termasuk sejenis dalam satu kelas, jasa atau barang yang tidak sejenis.
- 7) Tidak menyerupai hasil ciptaan dari orang lain yang telah dilindungi dengan hak cipta, kecuali jika terdapat persetujuan tertulis dari pemegang hak cipta yang dimaksud.
- 8) Bukan menyerupai cap atau tanda maupun bentuk stempel resmi yang telah digunakan lebih awal pada negara ataupun lembaga pemerintah, terkecuali jika terdapat persetujuan tertulis dari pihak berwenang.

Pengajuan permohonan kepada Ditjen HKI untuk proses pendaftaran merek bisa dilakukan secara tertulis. Pengajuan surat permohonan pendaftaran merek harus menggunakan bahasa Indonesia, adapun beberapa hal yang harus dilengkapi antara lain:

- 1) Surat dari pernyataan merek untuk diproses pendaftaran murni adalah miliknya.
- 2) Sejumlah 20 *etiket merk* terkait. Apabila penulisan *etiket merk* yang dimaksud menggunakan bahasa asing maka wajib halnya untuk menyertakan terjemahannya berbahasa Indonesia.
- 3) Tambahan Berita Negara jika pemilik merek tersebut adalah badan hukum yang di dalamnya tercantum akta pendirian badan hukum ataupun salinan yang sah terkait akta pendirian badan hukum.

- 4) Surat kuasa jika permintaan terhadap pendaftaran merek diberi kuasanya pada orang lain.
- 5) Pembayaran untuk rangkuman biaya secara keseluruhan terhadap upaya permintaan pendaftaran merek yang sama jenisnya, adapun penetapan besarnya oleh Menteri Kehakiman.

Pengajuan permintaan pendaftaran merek kepada Kantor Merek (Direktorat Merek) secara tertulis dengan menggunakan bahasa Indonesia, permintaan tersebut juga harus sudah ditandatangani sebelumnya oleh pemilik dari merek ataupun kuasanya. Adapun dalam surat permintaan untuk pendaftaran merek, terdapat beberapa hal yang perlu dicantumkan antara lain:

- 1) Tanggal, bulan serta tahun.
- 2) Nama lengkap, kewarganegaraan dan alamat dari pemohon.
- 3) Nama lengkap dan alamat kuasa apabila pengajuan permohonan tersebut melalui pihak kuasa.
- 4) Nama negara dan tanggal dari permintaan merek saat pertama kali pengajuan permohonan dengan Hak Prioritas.
- 5) Warna-warni apabila permohonan merek melalui proses pendaftarannya menggunakan beragam unsur warna.

Suatu merek tertentu bisa menjadi merek terdaftar dengan cara harus melewati mekanisme prosedur pada pendaftaran merek. Merek yang didaftarkan tersebut haruslah memenuhi syarat-syarat dari pendaftaran merek. Kantor merek akan memberikan pengumuman terkait permohonan dalam Berita Resmi Merek

yang dihitung dari awal tanggal disetujuinya permohonan untuk kemudian didaftarkan selambat-lambatnya 10 hari. Pengumuman ini ditampilkan selama 3 hari dengan cara menempatkan pengumuman tersebut dalam Berita Resmi Paten secara berkala, ataupun dapat dilakukan pula dengan cara menempatkannya diberbagai sarana khusus yang dapat dengan jelas serta mudah untuk dilihat masyarakat misalnya saja di internet (Jened, 2015).

2.1.2.3. Prosedur Pendaftaran Merek

Dilihat dalam Pasal 1 ayat (1) Undang - Undang Nomor 20 Tahun 2016 mengenai Merek dan Indikasi Geografis dinyatakan merek yakni sebuah tanda yang berwujud logo, gambar, susunan angka, nama dan warna, berwujud dua atau tiga dimensi, hologram, suara, perpaduan dua ataupun lebih unsur sebagai pembeda jasa atau barang yang diproduksi oleh orang dan/atau badan hukum untuk aktivitas perdagangan. Dalam Undang-Undang merek yang mengatur terkait pendaftaran merek terdapat dua cara dalam melakukan pendaftaran merek yaitu pendaftaran dengan cara biasa serta pendaftaran dengan menggunakan hak prioritas.

Hak prioritas yang menurut Jened dinyatakan sebagai hak yang sesuai prinsip MFN (*Most Favoured Nation*) dan NT (*National Treatment*) berdasarkan aturan TRIP's hingga aturan GATT dan *Paris Convention* (Jened, 2015:163). Prinsip dari NT ini ialah memberikan persyaratan terhadap adanya bentuk perlakuan sama antara produk negara yang berasal dari tuan rumah sendiri dengan produk serupa yang berasal dari luar negeri. Tidak boleh berbuat diskriminasi terhadap produk yang sejenis yang berasal dari negara anggota WTO yang lain serta tidak boleh adanya bentuk perlakuan akan keistimewaan terhadap produk

yang berasal dari dalam negeri merupakan prinsip dari NT. Sedangkan pemberian keistimewaan serta perlindungan wajib diberikan kepada salah satu negara anggota dengan cara yang sama serta secepatnya tanpa perlu syarat kepada negara anggota WTO yang lain, hal ini merupakan prinsip dari MFN (Dharmawan, 2014).

Mengenai prinsip *article 3* dan *article 4* TRIP's. Dalam artikel tersebut menyatakan bahwa setiap orang atau badan hukum yang sedang melakukan proses pengajuan untuk pendaftaran perlindungan merek pada salah satu negara anggota *Paris Convention* ataupun yang memiliki hak dalam melakukan proses pendaftaran di negara lain, maka wajib menggunakan hak prioritas yang sesuai dalam kurun waktu yang sudah ditentukan sesuai dengan keberlakuan terhadap aturan yang mengaturnya. Adapun pelaksanaan pendaftarannya secara regular nasional berdasarkan peraturan perundang-undangan dalam negeri untuk setiap negara anggota dari *Paris Convention* ataupun yang mencapai perjanjian secara bersama - sama maupun antara dua negara sebagai anggota Uni, maka harus ada pengakuan terhadap timbulnya hak prioritas (Dharmawan, 2014).

Definisi dari pendaftaran secara regular nasional didefinisikan sebagai pengajuan menentukan penetapan pengajuan tanggal permohonan kepada negara tujuan, terlepas dari hasilnya yang diterima ataupun tidak terkait permohonan yang sudah diajukan. Permohonan untuk pendaftaran merek menggunakan hak prioritas yang secara nasional di Indonesia diatur melalui Pasal 9 dan Pasal 10 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Berbeda halnya jika hal tersebut dilakukan secara Internasional, dimana hak prioritas bersumber pada asas-asas *Paris Convention* yang sudah tergabung dalam TRIP's

Agreement. Adapun mengenai ketentuan yang bersifat penting dalam *Paris Convention*, antara lain sebagai berikut:

Pertama, *principle of national treatment* merupakan penanganan yang bersifat nasional di mana pada intinya berisi perlakuan yang sama terhadap perlindungan dari kekayaan intelektual, perlindungan ini diberikan pada tiap Warga Negara Indonesia serta Warga Negara Asing. Kedua, permintaan pendaftaran yang pertama di negara asal berdasarkan pada penggunaan hak prioritas yang kemudian dapat dilakukan permohonan terhadap perlindungan hukum kembali dalam jangka waktu yang sudah ditentukan yaitu antara 6 ataupun 12 bulan yang secara tidak langsung telah terdaftar pada hari atau tanggal yang sama ketika permintaan pendaftaran pertama di negara tujuan.

Selain beragam ketentuan yang telah diuraikan, untuk menimbulkan hak prioritas pada pendaftaran merek untuk pertama kali maka dibutuhkan tanda yang mana membuktikan terkait hal tersebut. Bukti yang dimaksud dalam hal ini berbentuk surat serta tanda terima yang berisi mengenai kejelasan tanggal dari permohonan tanggal tersebut. Bukti surat tanda terima atau bentuk salinan ini haruslah diterjemahkan dalam bentuk Bahasa Indonesia jika pemohon pertama kali mengajukan permohonan, hal ini disampaikan langsung oleh Dirjen KI.

Selanjutnya terkait kelengkapan administrasi terhadap beragam syarat dari pendaftaran merek khusus tersebut maka Jenderal KI akan memeriksa kelengkapannya. Merek yang diajukan menggunakan hak prioritas haruslah memenuhi kelengkapan dalam waktu selama-lamanya 3 bulan terhitung sejak tanggal berakhirnya rentetan waktu yang diajukan berdasarkan hak prioritas, hal

ini dilakukan jika ditemukan kekurangan syarat pada pendaftaran. Permohonan akan tetap diproses namun tanpa menggunakan hak prioritas, hal ini dilakukan jika pemohon tidak memenuhi kelengkapan yang dimaksud. Melakukan pembatasan pada pelaku pendaftar merek yang sama di tempat lainnya dalam kurun waktu 6 sampai 12 bulan bagi pemegang hak prioritas merupakan waktu yang cukup panjang.

Faktor dari terbentuknya perilaku pelanggaran terhadap merek berasal dari persaingan secara tidak sehat serta iktikad tidak baik, oleh karena itu dibutuhkan pendaftaran merek dengan menggunakan hak prioritas supaya merek asing dari luar negeri dapat terlindungi. Pendaftarannya terlebih dahulu merek, yang dilakukan oleh orang ataupun badan hukum lainnya dalam kategori jenis barang dan/atau jasa yang sama merupakan resiko yang bisa saja terjadi dari kelalaian pemegang merek asing serta belum dilakukannya pendaftaran di Indonesia terhadap merek yang dimilikinya. Terjaminnya perolehan perlindungan hukum yang maksimal merupakan manfaat yang dapat diperoleh dari dilakukannya pendaftaran merek asing.

2.1.3. Teori Penegakan Hukum

Perilaku yang dilakukan oleh aparat penegak hukum adalah bagian dari penegakan hukum. Guna meningkatkan kepastian dan ketertiban hukum dalam ruang lingkup masyarakat adalah tujuan dari penegakan hukum. Penegakan hukum ini dilakukan sebelum ataupun sesudah terjadinya pelanggaran hukum, hal ini dilakukan oleh masyarakat. Menghukum, menghalangi ataupun memulihkan orang-orang yang telah melanggar peraturan perundang-undangan merupakan cara

yang dilakukan secara terorganisir oleh pemerintah sebagai aparat dalam penegakan hukum.

Penegakan hukum adalah proses dilakukannya upaya penegakan atau bentuk dari berhasilnya fungsi norma-norma sebagai dasar dari perilaku hukum yang ada di ruang lingkup masyarakat serta negara. Perilaku nyata pada manusia daripada kaidah hukum serta terdapatnya keserasian antara nilai-nilai memiliki kaitan dengan sistem penegakan hukum. Penegakan hukum ini bisa dilakukan oleh hukum dengan cara luas serta dapat juga diartikan sebagai hasil dari bentuk penegakan hukum itu sendiri yang mana melibatkan semua subjek hukum yang merupakan usaha mewujudkan gagasan mengenai manfaat, keadilan, dan kepastian guna menjadi kenyataan. Adanya anggapan dari beberapa ahli bahwa penegakan hukum hanya berkuat dalam ruang lingkup hukum pidana saja merupakan anggapan yang salah, padahal penegakan hukum ini meliputi penegakan secara preventif maupun represif.

Guna mewujudkan beragam konsep dan gagasan hukum untuk menjadi kenyataan maka dilakukan usaha penegakan hukum. Bertahannya, terpeliharanya serta terciptanya kedamaian yang terdapat dalam kehidupan masyarakat adalah inti dari penegakan hukum ini yang fokus pada aktivitas di dalam kaidah-kaidah. Supaya hukum dapat selalu terjaga kedaulatannya maka diperlukan penegakan hukum. Hukum merupakan alat yang berfungsi untuk mencapai manfaat, kepastian serta keadilan dalam penegakan hukum serta sebagai sarana yang berfungsi untuk mengubah masyarakat untuk menjadi lebih baik lagi lewat perlunya pengakuan kedaulatan hukum oleh semua masyarakat. Supaya

terjaganya kedaulatan ini maka dibutuhkan instrumen penting yaitu aparat penegak hukum.

Aspek ketertiban semata sering kali digunakan sebagai tempat diletakkannya tekanan penegakan hukum. Adanya anggapan bahwa perundang-undangan yang diidentikkan dengan hukum mengakibatkan hal ini dapat terjadi, padahal hukum haruslah dilihat dalam satu bentuk sistem sehingga anggapan seperti hal tersebut sangatlah keliru. Jadi, hukum yang dilihat dalam bentuk satu sistem ini tidak hanya terdiri dari aturan (*codes of rules*) dan peraturan (*regulations*) saja akan tetapi mencakup hal yang luas pula seperti halnya struktur, lembaga dan proses (*procedure*) yang berkaitan dengan budaya hukum (*legal culture*) serta hukum yang hidup dan berkembang dalam ruang lingkup masyarakat (*living law*) (Ansori, 2018).

Legal culture (budaya hukum) yaitu unsur yang bersifat sangat penting dalam halnya penegakan hukum. Sistem hukum, pengharapan, nilai-nilai serta pemikiran yang berlaku adalah budaya hukum yang juga meliputi perilaku, kebiasaan serta pandangan dari masyarakat. Atau dengan kata lain, pemikiran sosial mengenai bagaimana hukum dapat dilaksanakan, dilanggar ataupun diaplikasikan adalah definisi dari budaya hukum. Pada setiap komunitas, negara dan masyarakat pasti mempunyai budaya hukumnya sendiri yang dipengaruhi oleh nilai-nilai budaya yang hidup dimasyarakat tersebut, baik itu suku, adat ataupun pengaruh agama.

Hanya berfokus pada aspek hukum formil semestinya tidak boleh dilakukan oleh para penegak hukum jika melihat kenyataannya. Rasa keadilan dalam

masyarakat dapat tercederai karena penegakan hukum hanyalah bertitik tolak dari substansi norma hukum formil yang terdapat di dalam undang-undang (*low in book's*), adapun sebaiknya penekanan ini juga harus bertitik tolak pada hukum yang hidup di lingkungan masyarakat (*living law*). Untuk memahami pemikiran, harapan, nilai, kepercayaan dan sikap terhadap hukum yang terdapat dalam sistem hukum yang berlaku maka budaya hukum (*legal culture*) haruslah diperhatikan oleh para penegak hukum (Susanto, 2014).

Kemanfaatan, kepastian dan keadilan merupakan tiga hal yang termasuk dalam tujuan hukum secara teoritis. Tujuan utama yaitu keadilan dapat dikatakan memiliki sifat universal. Walaupun mengandung konsepsi yang abstrak, akan tetapi dalam konsep keadilan mengandung beragam makna persamaan derajat dan kedudukan di hadapan hukum, makna dari perlindungan hak serta makna asas proporsionalitas yang berkaitan dengan kepentingan individu serta kepentingan sosial. Rasionalitas yang tidak selamanya melahirkan keadilan adalah alasan dari abstraknya sifat dari keadilan, akan tetapi keadilan dapat ditentukan dari keadaan sosial yang dipengaruhi oleh norma lain serta tata nilai yang terdapat dalam. Oleh karenanya suatu keadilan juga bersifat dinamis yang mana terkadang tidak bisa diwadahi dalam halnya hukum positif.

2.1.4. Teori Penyelesaian Hukum

Dalam hal perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang terjadi pada saat sekarang ini, beragam teori yang telah dikemukakan oleh para ahli seringkali dijadikan sebagai acuan dalam upaya memecahkan masalah yang hidup dan berkembang di dalam ruang lingkup kehidupan masyarakat. Kata teori memiliki

arti wawasan atau pandangan yang mana berasal dari kata *theoria* (Mertokusumo, 2012). Pada umumnya, teori ini diartikan sebagai bentuk pengetahuan yang hanya terdapat di dalam alam pikiran seseorang tanpa dihubungkan dengan aktivitas-aktivitas yang memiliki sifat praktis dalam melakukan sesuatu. Analisis dari kajian mengenai penggolongan atau kategori terhadap pertentangan atau sengketa yang ada dalam masyarakat, faktor dari penyebab terjadinya suatu sengketa serta tata cara ataupun strategi yang digunakan dalam mengakhiri suatu sengketa merupakan definisi dari teori penyelesaian sengketa.

Berdasarkan *literatur*, teori konflik merupakan nama lain dari teori penyelesaian sengketa. Pertentangan, perselisihan dan percekocokan merupakan pengertian konflik yang terdapat dalam kamus besar bahasa Indonesia. Kewajiban dan hak dalam keadaan yang sama antara kedua belah pihak yang berupa selisih paham serta berbeda pendapat merupakan definisi dari konflik. Sedangkan, yang dimaksud dengan sengketa adalah salah satu bagian dari kehidupan sosial, yang mana hal ini akan selalu hadir bersamaan dengan keberadaan manusia dalam melaksanakan aktivitasnya yang mana selalu berkaitan dengan sesamanya, baik itu secara individu maupun secara kelompok. Kovach menyatakan bahwa, argumen dan pernyataan yang berlawanan dan perbedaan dari bermacam-macam prinsip merupakan bentuk dari perjuangan spiritual serta mental dari manusia yang merupakan definisi dari konflik (Absori, 2014).

Berdasarkan hal tersebut, maka terjadinya konflik tersebut, terdapat teori pendekatan konflik serta teori fungsionalisme strukturan yang mana merupakan bentuk dari perkembangan dua teori konflik (Busroh, 2017). Pertama, Teori

Fungsionalisme Struktural menyatakan bahwa masyarakat pada umumnya terintegrasi berdasarkan kata sepakat dari para anggotanya yang sarat akan nilai-nilai kemasyarakatan tertentu. Perbedaan pada kepentingan dan pendapat yang terjadi diantara para anggota masyarakat dapat diatasi dengan teori ini. Dalam konteks ini, masyarakat merupakan sistem dalam keadaan fungsional telah terintegrasi ke dalam suatu bentuk *equilibrium*.

Masyarakat, harus dipandang sebagai bagian yang saling berhubungan antara satu dengan yang lainnya dalam suatu sistem. Oleh sebab itu, sifat timbal balik serta sifat ganda merupakan pengaruh diantara hubungan bagian-bagian tersebut. Berdasarkan teori ini dapat dikatakan bahwa sekalipun integrasi sosial tidak pernah bisa dicapai dalam bentuk sempurna, akan tetapi jika dilihat secara fundamental, sistem sosial tersebut selalu cenderung bergerak menuju ke arah *equilibrium* yang mana memiliki sifat dinamis. Supaya berbagai perubahan yang terjadi dalam suatu sistem hanya mencapai derajat yang minimal maka dibutuhkanlah kecenderungan dari memelihara berbagai perubahan yang berasal dari luar tersebut dengan integrasi sosial. Melalui proses inkonstitusionalisasi dan berbagai penyesuaian panjang, maka beragam jenis penyimpangan dan ketegangan tersebut dapat dengan sendirinya teratasi walaupun terjadi disfungsi

Kedua, Teori Pendekatan Teori Konflik, menyatakan bahwa gejala *inheren* yang terjadi di setiap masyarakat sebagai bentuk dari perubahan sosial tidak akan berakhir dan senantiasa akan berubah, gejala inheren yang terdapat dalam masyarakat tersebut merupakan konflik yang terkandung dalam diri masyarakat, berbagai bentuk perubahan sosial dan terjadinya disintegrasi dipengaruhi oleh

setiap unsur yang terdapat dalam masyarakat, serta dominasi yang terjadi terhadap sejumlah orang pada orang lain dan penguasaan diintegrasikan oleh setiap masyarakat. Atau dengan kata lain, masyarakat merupakan sumber dari konflik itu sendiri. Adanya pembagian otoritas yang dinilai tidak merata merupakan akibat dari terdapatnya unsur yang mana saling bertentangan di dalam kehidupan masyarakat secara internal yang kemudian hal ini timbul dari adanya konflik.

Terjadinya konflik sosial dalam kehidupan masyarakat dipicu oleh faktor pembagian otoritas yang dinilai dikotonomis. Antara satu dan lainnya, sering terjadi perlawanan dalam kepentingan yang kemudian hal ini dapat berasal dari pelaksanaan pembagian kekuasaan. Kepentingan yang berlawanan antara satu dengan yang lainnya ini terjadi antara pihak yang tidak mempunyai otoritas dan pihak yang menduduki posisi sebagai pihak pemegang dari suatu otoritas. Usaha dalam mengubah status *quo* cenderung dilakukan oleh pihak yang tidak mempunyai otoritas sedangkan sifat untuk tetap mengukuhkan status *quo* cenderung dilakukan oleh pihak yang mempunyai otoritas. Hal ini berdampak pada semakin bertambahnya otoritas di satu pihak, serta semakin berkurang pula otoritas yang berada pada pihak yang lain.

Hal tersebut akan selalu *inheren* pada diri setiap masyarakat serta akan selalu hadir di setiap kehidupan masyarakat terkait gejala dari pendekatan konflik. Guna mengendalikan dan mengatur konflik yang sedang terjadi maka hanya dapat dilakukan oleh konsep ideal dari kebijakan, supaya perlindungan dan kepastian hukum dapat diberikan dalam hal tidak terciptanya semua bentuk kekerasan (*violence*) yang berkepanjangan serta tanpa menemukan titik penyelesaian. Dalam

kaitannya dengan konflik pada merek dagang, maka teori terkait konflik sangatlah relevan untuk digunakan sebagai salah satu konsep dalam hal mendukung model-model yang dianggap lebih layak.

2.2. Kerangka Yuridis

2.2.1. Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945

Berdasarkan Pasal 28H ayat (4) UUD 1945 berbunyi “Setiap orang berhak mempunyai hak milik pribadi dan hak milik tersebut tidak boleh diambil alih secara sewenang-wenang oleh siapapun”. Selanjutnya ketentuan tersebut di atur ke dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek (UUD 1945, 1945; Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 Tentang Merek, 2021).

2.2.2. Undang-Undang No 15 Tahun 2001 Tentang Merek

Pada Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek menjelaskan “Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa”. Pada Ayat (2) “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-barang sejenis lainnya”. Pasal 3 menyebutkan bahwa “Hak atas Merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh Negara kepada pemilik Merek yang terdaftar dalam Daftar Umum Merek untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri Merek tersebut

atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya” (Undang-Undang No 15 Tahun 2001 Tentang Merek, 2021).

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

Pada Pasal 1 Ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis menyebutkan bahwa Merek yakni tanda yang bisa ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 dimensi dan/ atau 3 dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa. Sedangkan Ayat (2) menyebutkan bahwa “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”.

Kemudian, pada Pasal 2 Ayat (2) menjelaskan mengenai pengertian, pada pada tersebut menjabarkan bahwa “Merek yang dilindungi terdiri atas tanda berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan / atau 3 (tiga) dimerisi, 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” (Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, 2016).

2.3. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, penulis menjabarkan beberapa hasil penelitian terdahulu yang juga membahas analisis yuridis penegakan hukum terhadap pemalsuan Merek Dagang di Indonesia sebagai pembanding yang menunjukkan originalitas penelitian ini. Adapun penelitian-penelitian tersebut adalah sebagai berikut :

1. **Rahmadia Maudy Putri Karina¹ & Rinitami Njatrijani. (2019).
Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Merek Dagang Ikea Atas Penghapusan Merek Dagang. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*.
Vol. 1 (2), 194-212.**

Pada penelitian ini membahas permasalahan merek IKEA milik PT Inter IKEA System BV Swedia menyatakan sudah dihilangkan sesudah MA membuat surat Putusan Nomor 264/K/PDT.Sus-HKI/2015. PT Ratania Khatulistiwa mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan hukum pendaftaran merek IKEA yang sudah terdaftar di Direktorat Jenderal HKI, dan sesuai hukum PT. Ratania Khatulistiwa bisa menjadi pihak ketiga yang diizinkan dalam mengajukan permohonan penghapusan merek IKEA yang tidak dipakai oleh PT Inter IKEA System BV Swedia, meskipun PT Ratania Khatulistiwa bukan merupakan pendaftar pertama atas merek IKEA tersebut (Karina & Njatrijani, 2019).

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sekarang ini yaitu tentang membahas merek dagang. Perbedaan penelitian ini dengan yang dilakukan sekarang ini yaitu pada permasalahan yang dibahas yaitu mengenai analisis

yuridis penegakan mengenai analisis yuridis penegakan hukum terhadap pemalsuan merek dagang dan penyelesaian sengketa pemalsuan merek dagang.

2. **Soewardiman Al Afghani & Satria Sukananda. (2019). Perlindungan Hukum Umkm Melalui Pendaftaran Merek Dagang Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Justitia Jurnal Hukum*. Vol. 3 (1), 181-199.**

Penelitian ini mengemukakan peningkatan UMKM (2014-2016) di atas berkisar 4,28 % Permohonan merek dagang pada tahun 2014-2018, angka itu memberikan deskripsi bahwa kesenjangan jumlah UMKM dengan yang sudah mendaftarkan Merek dagang. Melihat fasilitas dan bantuan dari pemerintah namun jumlah pendaftar merek dagang UMKM tergolong rendah, pada hakekatnya UMKM melihat atau dasar akan Pentingnya Merek dagang, dan sudah terdapat keinginan untuk mendaftarkan merek dagang sebab mereka juga memahami konsekuensi pendaftaran merek dagang yaitu memperoleh perlindungan hukum, namun pelaku usaha UMKM tidak melihat jalur pendaftaran merek dagang itu sendiri dan juga fasilitas dan bantuan pemerintah dalam hal pendaftaran merek dagang (Al-Afghani & Sukananda, 2019).

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sekarang ini yaitu menguraikan tentang merek dagang. Perbedaan penelitian ini dengan yang dilakukan sekarang ini yaitu permasalahan yang dibahas.

3. **A. A. W. Budi Santoso & Rinitami Njatrijani. (2016). Pelaksanaan Perlindungan Hukum Terhadap Merek Dagang Asing Dari Tindakan**

Pemboncengan Reputasi (*Passing-Off*) Dalam Penamaan Merek Di Indonesia. *Diponegoro Law Journal*, Vol. 5 (4), pp. 1-17.

Hasil penelitian ini mengemukakan Pengaturan perlindungan Merek terkenal di Indonesia yang mana meliputi ruang lingkup Nasional serta Internasional. Pengaturan di ruang lingkup nasional tercantum di dalam ketentuan perundang-undangan tentang Merek, yakni Undang-Undang Merek No. 21 Tahun 1961, No. 19 Tahun 1992, No. 14 Tahun 1997, dan No. 15 Tahun 2001 yang berlaku pada saat sekarang ini sebagai dasar hukum dari Merek. Sedangkan mengenai pengaturan yang secara Internasional bisa diketahui dari ketentuan yang terdapat di dalam *Paris Convention* Edisi Revisi *Stockholm* tepatnya pada Pasal 6 bis, yang mana menyatakan bahwa Indonesia tergabung didalamnya.

Berdasarkan ketentuan yang terdapat di dalam “*The Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIP’S)*, dan *World Trade Organization (WTO)*” menyatakan bahwa bentuk perlindungan hukum terhadap Merek terkenal yang terdapat di dalam sengketa kasus RDL jika dilihat atas dasar putusan dari Mahkamah Agung bahwa terkait kepemilikan terhadap Merek RDL tersebut dinyatakan sah serta dimiliki oleh RDL PHARMACEUTICAL LABORATORY, INC., sebagaimana amar dari putusan tersebut Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001. Merek RDL yang dimiliki oleh Penggugat telah sesuai kriteria dan persyaratan sebagai Merek terkenal dimana pihak dari RDL PHARMACEUTICAL LABORATORY, INC. Ini telah memperlihatkan beragam bukti pendaftaran

RDL yang terdapat di berbagai negara di dunia. Maka berdasarkan hal tersebut, pihak PT. SPARINDO MUSTIKA (Tergugat) dikalahkan serta Merek dari RDL yang merupakan miliknya ini dinyatakan batal (Wicaksono, Santoso, & Njatrijani, 2017).

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sekarang ini yaitu tentang membahas mengenai merek dagang. Perbedaan penelitian ini dengan yang dilakukan sekarang ini yaitu pada rumusan masalah yaitu pada poin penegakan hukum.

4. **Sulastri, Satino & Yuliana Yuli W. (2018). Perlindungan Hukum Terhadap Merek (Tinjauan Terhadap Merek Dagang Tupperware Versus Tulipware). *Jurnal Yuridis*. Vol. 5 (1), 160-172.**

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini ialah untuk mengetahui perlindungan hukum terhadap sengketa merek. Metode pendekatan yuridis normatif merupakan jenis metode yang digunakan dalam penelitian ini karena diambil dari bahan sekunder (bahan-bahan pustaka). Pengajuan gugatan yang dilayangkan kepada Pengadilan Niaga terhadap pihak lain yaitu Tulipware dapat dilakukan oleh pihak yang dirasa dirugikan yaitu Tulipware jika berdasarkan hasil penelitian kasus yang telah dilakukan. Pihak Tupperware melakukan gugatan yang berbentuk ganti rugi dan/atau berbentuk penghentian semua jenis perbuatan yang mana berkaitan dengan penggunaan dari merek tersebut karena adanya perilaku penggunaan merek secara tanpa hak dimana pihak lain tersebut juga memiliki persamaan

produk baik itu pada pokoknya maupun pada keseluruhannya untuk jasa atau barang yang sejenis (Sulastri, Satino, & Yuli W, 2018).

Persamaan penelitian ini dengan yang dilakukan sekarang ini yaitu pada rumusan masalah yaitu pada poin penegakan hukum. Perbedaan penelitian ini dengan yang dilakukan sekarang ini yaitu pada rumusan masalah yaitu pada poin penegakan hukum.

5. Thoyyibah Bafadhal. (2018). Perlindungan Hukum terhadap Merek Terkenal di Indonesia. *Jurnal Hukum*. Vol. 1 (1), 21-41.

Terkait hal ini disimpulkan bahwa, yang pertama, norma mengenai penggunaan merek terkenal di Indonesia saat ini diatur di dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek serta Yurisprudensi Putusan Nomor 274 PK/Pdt/2003. Berdasarkan dua sumber hukum yang sudah dijabarkan tersebut maka dapat diketahui kriteria dalam hal pemakaian merek terkenal diperlukan perhatian terkait jangka waktu pemakaiannya, selain itu juga perlu diperhatikan pula terkait pendaftaran merek yang dilakukan di beberapa negara, tampilan dari merek yang memiliki ciri khas tersendiri yang dimungkinkan mudah untuk melekat dalam ingatan masyarakat dan penilaian bagus terhadap reputasi merek, jasa ataupun produk-produk yang dihasilkan tersebut harus mempunyai mutu yang prima dengan nilai estetis serta nilai komersial yang cukup tinggi, tidak hanya itu saja, peredaran dan pemasaran dari produk harus berada dalam jangkauan yang luas hampir di seluruh dunia.

Pada umumnya reputasi terhadap suatu merek dan pengetahuan umum bagi masyarakat adalah syarat yang biasanya diberikan oleh merek terkenal, adapun ditandainya dengan peredaran produk yang cukup luas dan telah terdaftar di beberapa negara. Kedua, iktikad baik dari masing-masing pihak yang dinilai diabaikan terjadi dalam kasus sengketa IKEA, sedangkan IKEA yang dimiliki oleh PT. Ratania Khatulistiwa dimenangkan oleh hakim dalam mengalahkan IKEA Swedia hal ini berdampak pada tidak digunakannya merek yang dimaksud dengan kebenaran yang secara faktual. Sehingga, (IKEA) PT. Ratania Khatulistiwa berhasil memenangkan kasus ini dari IKEA (Swedia) yang pada dasarnya sudah dinilai sebagai merek terkenal. Terkait perlindungan merek terkenal di Indonesia maka putusan yang seperti ini tentu berdampak sangat buruk (Bafadhal, 2018).

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sekarang ini yaitu tentang membahas mengenai merek dagang. Perbedaan penelitian ini dengan yang dilakukan sekarang ini yaitu permasalahan.

6. Ayup Suran Ningsih. (2020). Sustainability Of Indonesia Trademark Law As Umbrella Law In Resolving Domain Names Dispute In Indonesia. *Mimbar Hukum*. Vol. 32 (2), 193-211.

Hasil penelitiannya ialah nama domain berbeda dengan merek. Oleh karena itu dalam kasus Mustika Ratu, polisi tidak memakai hukum merek untuk menyelesaikannya perselisihan. Tidak ada peraturan tentang domain nama dalam undang-undang No. 15 tahun 2001 tentang merek. Secara substansial, Undang-Undang Merek Indonesia tidak cocok untuk

diselesaikan sengketa nama domain sebab nama domain bukan subjek materi dalam Hukum Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Untuk menyelesaikan domain sengketa nama dengan memakai hukum merek, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016, maka perlu amandemen.

Hukum secara khusus perlu mengatur domain nama. Karena nama domain bukan tanda, melainkan alamat internet. Undang-undang Merek Indonesia membutuhkan amandemen. Undang-Undang Merek perlu mengatur langsung mengenai nama domain. Hal ini penting untuk mengatur mengenai definisi nama domain sebagai bagian dari tanda. Itu perlu membuat keputusan hukum baru dalam sengketa nama domain. Para juri dan juga petugas hukum perlu meningkatkan kemampuan mereka dalam domain nama. Mulai dari 5 Februari 2018, salah satu yang terbaik pilihan dalam menyelesaikan sengketa nama domain yaitu melalui penyelesaian nonlitigasi melalui PPND (Ningsih, 2020).

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sekarang ini yaitu tentang perlunya Kejelasan dari UU merek dagang Indonesia. Perbedaan penelitian ini dengan yang dilakukan sekarang ini yaitu pada rumusan masalah yaitu pada poin penegakan hukum.

7. **Marinkovic, Ana Rac̑ki. (2011). Domain names: towards a new form of IP Right. *Journal of Intellectual Property Law & Practice*, Vol. 6, No. 9, Oxford University Press, Oxford**

Pada penelitian ini mengemukakan bahwa memaksakan undang-undang Merek Dagang dalam kasus pelanggaran merek dagang di Internet, di mana: pihak ketiga mendaftarkan dan menggunakan merek dagang yang ada sebagai nama domain, juga menghadapi beberapa tantangan. Namun, perlindungan nama domain di bawah undang-undang merek dagang sebagai merek dagang tampaknya bahkan lebih sulit, khususnya di yurisdiksi yang tidak mengakui merek dagang yang tidak terdaftar (Marinković, 2011).

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sekarang ini yaitu tentang UU Merek yang perlu dikaji ulang dalam menyelesaikan sengketa merek. Perbedaan penelitian ini dengan yang dilakukan sekarang ini yaitu fokus persoalan pada penegakan hukum pada pelaku pemalsuan merek dagang menurut UU Merek dan penyelesaian.

8. **Irene Svinarky, Ukas, Padrisan Jamba. (2018). Efektivitas Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis terhadap Daftar Merek Usaha Dagang Industri Kecil dan Menengah. *Jurnal Magister Hukum Udayana*. Vol. 7(1), 63-74**

Kesadaran Masyarakat Untuk Mendaftarkan Merek Usahanya menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis belum berjalan efektif di dalam praktek karena Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis terhadap pendaftaran merek usaha di Kota Batam karena masih banyak masyarakat yang kurang peduli terhadap peraturan yang ada. Hal ini dapat dilihat dari masih adanya penggunaan merek orang lain seperti pada barang

tas yang ada di Batam masih ada barang yang KW, KW1, KW super, tetapi penjualannya masih berjalan dan tidak ada laporan dari masyarakat ke Disperindak Kota Batam atau ke Kementerian Hukum Dan HAM (P. Jamban, et all, 2018).

Penggunaan merek orang lain yang mereka suka terkadang tanpa mempertimbangkan kerugian bagi orang lain, yang dilakukan mereka untuk memperoleh keuntungan sendiri. Adapun kendala yang dihadapi: Pengusaha atau pelaku usaha yang menjiplak secara keseluruhan merek orang lain yang sudah terdaftar, tidak memikirkan bahwa ada sanksi hukum yang akan menjerat mereka, apabila ada yang mengajukan pengaduan, dan Pengusaha atau pelaku usaha kurang menyadari tentang hukum. Solusi dalam rangka peningkatan kesadaran masyarakat terkait perlindungan merek dan indikasi geografis yaitu dilakukan sosialisasi oleh pemerintah termasuk Disperindag, serta bagi pengusaha atau pelaku usaha yang dirugikan harus memberanikan diri mengajukan delik aduan kepada pihak yang berwajib ataupun pengadilan apabila pihak yang memiliki merek merasa dirugikan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sekarang ini yaitu tentang membahas UU Merek dagang dalam memberi perlindungan pada pemegang merek. Perbedaan penelitian ini dengan yang dilakukan sekarang ini yaitu pada permasalahan penegakan hukum pada pelaku pemalsuan merek dagang.

Berdasarkan perbandingan dari penelitian terdahulu dapat dilihat bahwa penelitian yang sedang dilakukan yaitu penelitian berbeda dengan penelitian

terdahulu, penelitian sekarang ini menitikberatkan pada penegakan hukum dan penyelesaian permasalahan pada pemalsuan merek dagang sehingga penelitian ini penelitian terbaru dengan fokus penelitian yang berbeda.

2.4. Kerangka Pemikiran

