

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Tinjauan Umum Tentang Merek

##### 1. Pengertian Merek

Merek merupakan suatu tanda produk yang dibuat oleh seseorang dalam menjalankan usahanya agar memiliki suatu tanda khusus agar konsumen dapat mengetahui ataupun mengenali bahwa produk yang diberi merek tersebut merupakan milik si pelaku usaha. Sebagaimana Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia menyatakan bahwa frasa “merek” mempunyai arti yang dijadikan sebagai tanda yang digunakan bagi seorang pengusaha terhadap barang dan/atau jasa yang kemudian akan menjadi sebagai tanda pengenal untuk menyatakan nama.<sup>9</sup>

Adapun pengertian merek yang berdasarkan Hukum Internasional yakni “tanda atau serangkaian tanda menyatakan asal produk atau jasa dan membedakannya dari para pesaing”.<sup>10</sup> Lebih lanjut, Definisi secara Hukum Nasional dimuatkan pula di dalam Pasal 1 ayat (1) Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 mendefinisikan: “bahwa 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

---

<sup>9</sup> KBBI. Merek. <http://kbbi.web.id/merek>, diakses pada tanggal 10 november 2022

<sup>10</sup> Venatria Sri Hadiarinanti. 2009. *Hak Kekayaan Intelektual Merek & Merek Terkenal*. Jakarta. Unika Atmajaya. Hal. 7

membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa”.

Terlepas dari Definisi secara Yuridis yang telah diuraikan diatas, bahwa terdapat beberapa Ahli yang memberikan pengertian mengenai Merek itu sendiri sebagaimana yang pertama menurut Mollengraaf yang menyatakan bahwa “merek yakni di pribadikanlah suatu barang tertentu guna memberikan petunjuk darimana asal barang serta jaminan kualitasnya sehingga dapat dibandingkan berdasarkan barang-barang sejenis yang dibuat dan diperdagangkan oleh lain”.<sup>11</sup>

Adapun menurut pendapat para ahli lainnya yakni Prof. Tim Lindsey yang menyatakan bahwa<sup>12</sup>; “Merek merupakan suatu gambar atau nama yang dapat dijadikan sebagai alat guna mengidentifikasi terhadap Produk maupun Jasa. Maka dari itu, pengusaha lazimnya akan melakukan usaha untuk mencegah pihak lainnya mempergunakan merek mereka mereka dikarenakan dengan digunakannya merek, Para Pengusaha akan mendapatkan reputasi baik serta kepercayaan dari konsumen guna dapat membangun hubungan antara reputasi tersebut dengan merek yang telah digunakan perusahaan secara reguler”.

Adapun terkait dengan Merek dapat dibedakan menjadi 3 (tiga) jenis yang dikenal di masyarakat, yakni sebagai berikut:<sup>13</sup>

---

<sup>11</sup> Muhammad Djumhana. 2003. *Hak Milik Intelektual*. Bandung. PT. Citra Aditya Bakti. Hal. 121

<sup>12</sup> Tim Lindsey. 2002. *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*. Bandung. PT Alumni Bandung. Hal. 139

<sup>13</sup> M. Yahya Harahap. 1996. *Tinjauan Merk Secara Umum Dan Hukum Merk Di Indonesia Berdasarkan Undang-undang No. 19 Tahun 1992*. Bandung. PT. Citra Aditya Bakti. Hal. 80

a) Merek Biasa (*Normal Marks*)

Sebagaimana dikatakan sebagai normal mark, yakni tergolong terhadap merek biasa yakni merek yang tidak mempunyai reputasi tinggi. Adapun Merek yang berderajat biasa dinilai mempunyai derajat yang rendah serta memberi pantulan cahaya simbolis gaya hidup, baik dari segi pemakaian dan teknologi, masyarakat atau konsumen melihat merk tersebut kualitasnya rendah.

b) Merek Terkenal (*Well Known Mark*)

Sebagaimana Merek terkenal biasa dikatakan sebagai well known mark. Adapun di dalam klasifikasi pada Merek ini mempunyai reputasi tinggi dikarenakan terdapat kekuatan guna menaikan perhatian. Merek tersebut mempunyai kekuatan pancaran yang dapat menarik perhatian, oleh karena itu jenis barang apa saja berada dibawah merek ini akan langsung memunculkan sentuhan keakraban (*familiar attachment*) dan ikatan mitos (*famous mark*).

c) Merek Termahsyur (*Famous Mark*)

Sebagaimana merek yang tertinggi yakni dijeniskan sebagai Merek termahsyur. Adapun tingkat termahsyurnya di seluruh dunia, menimbulkan reputasinya diklasifikasikan sebagai merek dari kaum aristokrat dunia. Derajat merek termahsyurpun secara derajat lebih tinggi dari jenis merek biasa, sehingga jenis produk apa saja

yang ada dibawahnya merek ini langsung memunculkan sentuhan mitos.

## 2. Prinsip-Prinsip Dalam Merek

Asas merupakan suatu dasar ataupun pedoman dalam Hukum yang mana biasanya menjadi acuan dalam mengambil suatu keputusan, Asal usul kata Asas berasal dari bahasa Arab yaitu *asasuni*, yang artinya dasar , basis , dan pondasi. Sebagaimana Asas jika dikorelasikan terhadap cara berpikir yakni merupakan suatu dasar guna menjadi landasan dalam proses berpikir.

Sebagaimana terdapat pengertian Asas menurut A.W. Munawir yang menyatakan bahwa makna katanya tidak berbeda dengan ussui atau al-ussue serta asasue atau al-asasuq, yang jamaknya ialah isaasut. Yang memiliki arti yakni awalan atas suatu bangunan, muftadaui kullui saiini memiliki arti ialah perawalan suatu hal, dan al-qaaidi yang memiliki arti sebagai pangkal, dasar, fundamen, dan pondasi. Sehingga menjadikan Asas dalam hal ini juga dapat dijadikan sebagai alasan dalam suatu pendapat hukum seperti dalam hal penegakan hukum.<sup>14</sup>

Berdasarkan hal diatas, bahwa terdapat pula Jenis-jenis Asas yang dimuatkan di dalam UndangUndang Republik Indonesia nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yakni sebagai berikut:

- a. Prinsip First to File

---

<sup>14</sup> Munawir A.W. 1997. *Kamus Al-Munawwir Arab-Indonesia Terlengkap*. Surabaya. Pustaka Progresif. Hal. 44.

Sebagaimana terhadap Asas ini mempunyai arti yang berkaitan terhadap proses pendaftaran merek yang kemudian akan diberikan hanya kepada pihak yang terlebih dahulu mendaftarkan setelah pengajuan permohonan merek untuk di daftarkan telah di ajukan. Artinya secara ideal, bahwa Negara tentu tidak memperbolehkan adanya kesamaan suatu merek produk yang telah pihak lain daftarkan lebih dulu.

Kemudian, Merek yang di daftarkan di Indonesia sudah ada semenjak lahirnya Undang-Undang Republik Indonesia nomor 19 tahun 1992 tentang Merek, sebagaimana berdasarkan sistem yakni menggunakan spirit konstitutif hingga saat ini yang dimana pendaftar pertama kali berdasarkan itikad baik akan memperoleh suatu hak untuk di lindungi hukum.<sup>15</sup>

b. Prinsip First to Use

Berdasarkan pada Prinsip ini yang dimaksud yakni merek kali pertama yang dimiliki suatu pihak, berdasarkan perspektif hukum tentu sekaligus terdapat hak merek terkait. Sebagaimana Merek yang di daftarkan sebatas diprasangkakan sebagai sangkaan hukum, yang dimana pihak pertama telah mendaftarkan mempunyai konsekuensi hukum bahwa dapat dinyatakan secara sah hingga terjadi pembuktian sebaliknya.

---

<sup>15</sup> Rachmadi Usman. 2003. *Hukum Hak atas Kekayaan Intelektual, Perlindungan dan Dimensi Hukumnya di Indonesia*. Bandung. Alumni. Hal. 320

Adapun tujuan pendaftaran merek dalam Prinsip ini mengharuskan hanya sebagai bahan pembuktian guna menunjukkan bahwa pendaftar merk merupakan pengguna pertama atas merk tersebut.<sup>16</sup>

c. Prinsip Itikad Baik

Sebagaimana yang dimaksud di dalam Asas ini yakni adanya suatu merek yang tidak bisa di daftarkan berdasarkan itikad tidak baik. Sebagaimana jika terjadi Pelanggaran terhadap peraturan terkait asas itikad baik yakni layaknya ada merek yang digunakan tanpa seizin dari pihak yang memiliki merek terdaftar, sesuai termuat dalam Undang-Undang Republik Indonesia nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

Adapun berdasarkan Prinsip Itikad baik ini telah diakui secara internasional, yang dimana merupakan suatu dasar dan dijadikan landasan yang dimuatkan di dalam Konvensi Wina 1969 pada bagian konsidera. Kemudian, hal ini diatur pula pada UNIDROIT (The International Institute for the Unification of Private Law) sebagaimana di dalam Pasal 1.7. juga terdapat pernyataan terkait dengan itikad baik yang menyatakan yakni semua perbuatan subjek hukum wajib sejalan berdasarkan prinsip itikad baik.<sup>17</sup>

d. Prinsip Kemiripan atau *Similarity*

---

<sup>16</sup> Saidin. 2014. *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. Jakarta. Raja Grafindo Persada. Hal. 329-330

<sup>17</sup> Cindawati. 2014. *Prinsip Good Faith (Itikad Baik) dalam Kontrak Bisnis Internasional*. Jurnal Mimbar Hukum. Vol. 26, No.2. Yogyakarta. Universitas Gajah Mada. Hal. 191

Sebagaimana mengenai prinsip Kemiripan atau persamaan merek pada pokoknya yang dimaksud ialah suatu kemiripan dikarenakan terdapat unsur-unsur yang menonjol antara merek produk atau jasa yang satu dengan merek produk atau jasa lain. Adapun menurut pendapat ahli yakni M. Yahya Harahap menyatakan bahwa persamaan menyeluruh, persamaan merek digunakan di atas prinsip entretiesi similary yakni antara merek yang satu dengan yang lain memiliki suatu persamaan keseluruhan yang dimana telah meliputi semua faktor yang relevan secara optimal sehingga menimbulkan persamaan.<sup>18</sup>

Lebih lanjut, bahwa arti darti “Persamaan pada Pokoknya” telah dijelaskan sebagaimana yang dimuatkan di dalam Pasal 21 ayat (1) UU MIG yang menyatakan bahwa:

Yang dimaksud dengan "persamaan pada pokoknya" merupakan kemiripan yang dikarenakan terdapat unsur dominan antara Merek yang satu dengan Merek yang lainnya yang dimana akan memunculkan kesan bahwa memiliki persamaan yakni terkait dengan bentuk, cara penempatan, cara penulisan, kombinasi antara unsur, maupun persamaan bunyi ucapan yang termaktud di dalam suatu Merek tersebut.

### **3. Penghapusan dan Pembatalan Merek**

#### **a. Penghapusan Merek**

Penghapusan merek diatur dalam Pasal 72 dan Pasal 76 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis .

---

<sup>18</sup> M. Yahya Harahap. *Op Cit.* Hal. 288.

Dalam ketentuan Pasal 72 ayat (1) Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menyatakan bahwa:

“Penghapusan merek terdaftar dapat diajukan oleh pemilik merek yang bersangkutan kepada menteri .”

Sedangkan Pasal 72 ayat (7) Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menerangkan terkait alasan merek dapat dihapuskan, yang berbunyi: “(7) Penghapusan Merek terdaftar atas prakarsa Menteri dapat dilakukan jika:

- 1) Mempunyai persamaan pada pokoknya dan/atau keseluruhannya dengan Indikasi Geografis ;
- 2) Bertentangan dengan ideologi , negara , peraturan perundang-undangan , moralitas , agama , kesusilaan , dan ketertiban umum ; atau
- 3) Mempunyai Persamaan pada keseluruhannya dengan ekspresi budaya tradisional , atau nama atau logo yang sudah menjadi tradisi turun temurun.”

Berdasarkan Penghapusan Merek yang telah diuraikan di atas, bahwa akan menimbulkan kerugian pemilik Merek. Maka dari itu, tersedianya sebuah peluang terhadap pemilik merek yang dihapus guna mengajukan keberatan terhadap penghapusan merek tersebut. Adapun mengenai dengan penghapusan pendaftaran merek kemudian akan dicatat di dalam Daftar Umum Merek serta diumumkan dalam Berita Resmi Merek serta penghapusan terhadap pendaftaran merek dilakukan oleh Direktorat



Jenderal yang secara teknis yakni mencoret merek yang diajukan dari Daftar Umum Merek yang kemudian memberi catatan terkait dengan alasan dan tanggal penghapusan merek tersebut.

Selanjutnya, bahwa Direktorat Jenderal HKI kemudian akan memberitahukan secara tertulis terhadap pemilik merek maupun kuasanya dengan menerangkan alasan penghapusan merek tersebut. Oleh karena itu, terkait penghapusan pendaftaran merek mengakibatkan berakhirnya perlindungan hukum atas merek yang bersangkutan.

b. Pembatalan Merek

Sebagaimana terkait dengan proses pembatalan merek diatur dalam Pasal 76 ayat (1) Undang-Undang No 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis .

“(1) Gugatan pembatalan Merek terdaftar dapat diajukan oleh pihak yang berkepentingan berdasarkan alasan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 20 dan/atau Pasal 21”.

Kemudian, gugatan pembatalan bisa diajukan berdasarkan jangka waktu 5 (lima) tahun terhitung semenjak tanggal pendaftaran merek, akan tetapi proses pembatalan tidak terdapat batas waktu jika terbukti adanya unsur itikad tidak baik dalam pendaftaran merek tersebut. Sebagaimana disebutkan dalam Pasal 77 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis , sebagai berikut:

“1) Gugatan pembatalan pendaftaran merek sebatas dapat diajukan dengan batas waktu 5 (lima) tahun terhitung sejak tanggal pendaftaran Merek .

2) Gugatan pembatalan bisa disampaikan tanpa adanya jangka waktu apabila adanya unsur iktikad tidak baik dan/atau merek yang bersangkutan bersebrangan dengan ideologi negara , peraturan perundang-undangan , moralitas , agama , kesusilaan , dan ketertiban umum.”

## **B. Tinjauan Umum Tentang Pelanggaran Merek**

### **1. Pengertian Pelanggaran Merek**

Berdasarkan pada sub bab ini, bahwa secara realitas Pelanggaran merek marak terjadi yang dilakukan oleh para pengusaha pada umumnya yang memiliki keterkaitan dengan fungsi merek sebagai tanda pengenal atau identitas dari barang atau jasa. Oleh karenanya, sebagai merek yang memiliki reputasi tinggi sehingga mengandung *goodwill* serta berkaitan dengan fungsi merek sebagai jaminan terhadap kualitas mutu barang.

Hal diatas berangkat dari suatu hal dikarenakan dalam hak atas merek melekat keuntungan ekonomis, yang dimana akan selalu dimanfaatkan bukan hanya oleh pengusaha yang mempunyai Pemilik Merek, melainkan juga oleh para pelaku pengusaha lainnya yang tidak bertanggung jawab.<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> Samariadi. 2014. *Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terdaftar dari Tindakan Passing Off Berdasarkan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek*. Fakultas Hukum Universitas Riau. Hal. 56

Sebagaimana pada dasarnya yakni sesuai dengan prinsip hukum merek, bahwa pelanggaran merek bisa diklasifikasikan menjadi tiga area utama yakni sebagai berikut:<sup>20</sup>

- a) Pelanggaran yang menyebabkan persamaan yang membingungkan mengenai sumber, sponsor, afiliasi atau koneksi;
- b) Pemalsuan dengan penggunaan merek yang secara substansial tidak dapat dibedakan yang dipersyaratkan untuk pemulihan tiga kali lipat dari jumlah kerugian sebenarnya sebagaimana terdapat kemungkinan yang diberi oleh peraturan perundang-undangan dan untuk penuntutan pidana;
- c) Delusi suatu merek yang menjatuhkan suatu kapasitas merek terkenal guna memberikan identifikasi serta menjadi pembeda bagi barang dan/atau jasanya, yang berhubungan dengan persaingan atau persamaan yang membingungkan.

Kemudian, terkait Pelanggaran merek diatur dalam Undang-undang nomor 14 tahun 1997 yang dimana setiap merek telah terdaftar dilindungi oleh Undang-undang. Sebagaimana dalam hal perlindungan ini akan berlangsung selama 10 tahun semenjak tanggal diterima permintaan pendaftaran merek. Oleh karena itu, selama batas waktu yang telah ditentukan bahwa tidak boleh ada pihak yang hendak melanggar hak atas merek yang telah terdaftar.

---

<sup>20</sup> Rahmi Jened. 2015. *Hukum Merek (Trademark Law) dalam Era Global dan Integrasi Ekonomi*. Jakarta. Prenamedia Group. Hal. 311

Adapun kepada setiap merek terdapat suatu nilai sebagai keuntungan ekonomi, yang dimana akan selalu termanfaatkan yang tidak sebatas oleh pemilik merek, akan tetapi juga dari pihak yang ingin menarik keuntungan terhadap pemakaian merek terutama merek terkenal.

Berdasarkan ketentuan pasal 81 – pasal 84, ada 6 macam perbuatan pelanggaran hak atas merek, yakni sebagai berikut:<sup>21</sup>

- a) Menggunakan merek yang memiliki kesamaan pada pokoknya atau keseluruhannya terhadap merek yang telah terdaftar milik pihak lain.
- b) Memperdagangkan barang dan/atau jasa yang diketahui patut diketahui menggunakan merek terdaftar milik orang lain secara tanpa hak.
- c) Menggunakan tanda yang memiliki Kesamaan pada pokoknya maupun keseluruhannya dengan adanya indikasi geografis milik orang lain.
- d) Penggunaan tanda yang mempunyai persamaan pada pokoknya dengan indikasi geografis milik orang lain.
- e) Menggunakan tanda yang dilindungi terkait indikasi asal pada barang dan jasa, oleh karena itu, dapat memperdaya atau menyesatkan masyarakat mengenai asal barang atau jasa tersebut.

Selanjutnya, bahwa pelanggaran merek sejatinya didorong kebutuhan terhadap tercapainya keuntungan sebesar-besarnya di dalam proses perdagangan barang yang biasanya menggunakan merek yang terkenal

---

<sup>21</sup> Anis Mashdurohatun. 2013. *Hak Kekayaan Intelektual (HKI)*. Semarang. Madina Semarang. Hal. 54

(*welknown mark*). Sehingga perdagangan merek terkenal menjadi laku dipasaran yang kemudian sudah tentu akan meraih suatu keuntungan yang begitu besar bahkan eksploitatif serta dengan waktu yang relative begitu cepat.<sup>22</sup>

Lebih lanjut, bahwa akan memunculkan implikasi yakni kecenderungan bagi para pengusaha guna ikut memperoleh keuntungan dengan membonceng (*passing off*) dari suatu merek terkenal, namun dengan metode bahkan harus melawan hukum.

### **C. Tinjauan Umum Tentang Persamaan Pada Pokoknya atau Keseluruhannya**

#### **1. Pengertian Persamaan Pada Pokoknya atau Keseluruhannya**

Sebagaimana definisi Persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya yakni yang dimaksud pada pasal 21 Undang-undang Merek dan Indikasi Geografis yang menyatakan bahwa; “*Yang dimaksud dengan "persamaan pada pokoknya " adalah kemiripan yang disebabkan oleh adanya unsur yang dominan antara Merek yang satu dengan Merek yang lain sehingga menimbulkan kesan adanya persamaan , baik mengenai bentuk , cara penempatan, cara penulisan atau kombinasi antara unsur, maupun persamaan bunyi ucapan, yang terdapat dalam Merek tersebut.*”

Selanjutnya, bahwa definisi secara terminology terkait persamaan pada pokoknya yakni ketika dua buah merek yang memiliki kemiripan disandingkan. Adapun di dalam praktek, hal ini senantiasa mengalami suatu problematik saat merek yang satu diprasangka telah melawan hukum terhadap

---

<sup>22</sup> *Ibid.*

merek lain. Lebih lanjut, bahwa suatu merek bisa disebut akan dikenakan klasifikasi persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya kepada merek lain, harus memenuhi beberapa unsur maupun kualifikasi yakni sebagai berikut:<sup>23</sup>

a. Tentang Persamaan Elemen Pada Seluruhnya

Sebagaimana di dalam suatu merek produk barang ataupun jasa dapat memenuhi suatu unsur kesamaan di dalam unsur-unsur atau elemen-elemen yang terdapat dalam merek secara keseluruhan baik dari bentuk, bunyi, penempatan atau tata letak, huruf, angka dan gabungan dari semua elemen-elemen tersebut.

b. Kesamaan Wilayah maupun Produksi Kelas Barang atau Jasa

Sebagaimana barang yang diproduksi mempunyai persamaan jenis dan metode memproduksi. Contohnya: Jenis kesamaan merek jenis produk rokok DEVIDOFF (Devidoff & Cie S.A) vs DEVIDOFF Ltda (NV. Sumatra Tobacco Trading Company). Sebagaimana merek Devidoff Ltda yang di produksi oleh NV Suatra Tobacco Trading Company meniru dan menjiplak merek Rokok atau Cerutu dari Devidoff buatan keluarga Devidoff & Cie S.A. Devidoff Ltda memproduksi kotak/kemasan yang sama dan menggunakan cerutu kualitas yang rendah, dan di jual sama dengan harga dari merek Devidoff yang produksi oleh Devidoff & Cie S.A

c. Persamaan Wilayah dan Segmen Pasar

---

<sup>23</sup> M. Yahya Harahap. 1996. Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek di Indonesia. Bandung. Citra Aditya Bakti. Hal. 416

Sebagaimana merek barang atau jasa yang akan dihasilkan mempunyai kesamaan dalam wilayah maupun letak geografis yang sama dengan segmen merek barang yang dihasilkan untuk dipasarkan kepada masyarakat kelas menengah ke bawah maupun Masyarakat menengah keatas.

d. Persamaan cara dan perilaku pemakaian

Sebagaimana terhadap kriteria ini menurut Prof. Sudargo Gautama yang menyatakan bahwa kriteria yang berlaku untuk dipandang sebagai persamaan pada pokoknya yakni jika sesuatu merek bersangkutan dapat memunculkan kekeliruan pada Masyarakat pada umumnya, apabila digunakan bagi barang-barang sejenis.”

#### **D. Tinjauan Umum tentang Dasar Pertimbangan Hakim**

##### **1. Pengertian Pertimbangan Hakim**

Sebagaimana pada poin ini bahwa Pertimbangan hakim adalah salah satu variable terpenting untuk menentukan perwujudan nilai dari suatu putusan hakim yang terkandung suatu Nilai Keadilan, Kepastian dan Kemanfaatan Hukum (*ex aequo et bono*). Kemudian, jika pertimbangan hakim tersebut tidak teliti, baik, dan cermat, maka putusan hakim yang berasal dari pertimbangan hakim tersebut akan dibatalkan oleh Pengadilan Tinggi/Mahkamah Agung.<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> Mukti Arto. 2004. *Praktek Perkara Perdata pada Pengadilan Agama*. cetakan V. Yogyakarta. Pustaka Pelajar. hal. 140

Selanjutnya, bahwa Majelis Hakim dalam proses pemeriksaan terhadap suatu perkara membutuhkan pembuktian, yang dimana hasil dari pembuktian tersebut nantinya digunakan sebagai bahan pertimbangan hukum untuk memutus perkara bagi para pencari keadilan. Sebagaimana dalam hal ini pembuktian adalah tahap yang paling urgent di dalam suatu proses mengadili suatu sengketa di persidangan.

Adapun mengenai Putusan Hakim lebih khususnya diatur secara tegas di dalam Pasal 24, terutama penjelasan Pasal 24 ayat (1) Undang-undang No. 48 Tahun 2009, yang menyebutkan kekuasaan kehakiman adalah kekuasaan negara yang merdeka untuk menyelenggarakan peradilan guna menegakkan hukum dan keadilan berdasarkan Pancasila dan Undang-undang Negara Kesatuan Republik Indonesia tahun 1945 demi terselenggaranya negara hukum Republik Indonesia.

Pembuktian bertujuan untuk memperoleh kepastian bahwa suatu peristiwa/fakta yang diajukan itu benar-benar terjadi, guna mendapatkan putusan hakim yang benar dan adil. Hakim tidak dapat menjatuhkan suatu putusan sebelum nyata baginya bahwa peristiwa/fakta tersebut benar-benar terjadi, yakni dibuktikan kebenarannya, sehingga nampak adanya hubungan hukum antara para pihak.<sup>25</sup>

## **2. Isi dalam Pertimbangan Hakim**

### **a. Pertimbangan Hukum**

---

<sup>25</sup> *Ibid*



Mahkamah Agung telah menentukan pilihan agar hakim dalam membuat putusan berpedoman 3 hal yakni;

- 1) Unsur yuridis, yang merupakan unsur pertama dan utama. Sebagaimana maksud dari unsur ini ialah jika Perkara sudah memiliki dasar hukum di dalam Peraturan Perundang-undangan serta hakim berpendapat bahwa aturan perundang undangan masih adil maka hakim akan menggunakan pertimbangan hukum aturan perundang undangan tersebut dengan melakukan berbagai penafsiran atau biasa disebut sebagai interpretasi hukum.
- 2) Unsur filosofis, berintikan kebenaran dan keadilan. Artinya, Apabila perkara sudah diatur dalam aturan perundang undangan tetapi hakim berpendapat bahwa aturan perundang-undangan tersebut tidak adil lalu diterapkan pada perkara yang diadili maka hakim akan menggunakan dasar hukum hasil penghalusan hukum.
- 3) Unsur sosiologis, yang mempertimbangkan tata nilai budaya yang hidup dan berkembang dalam masyarakat. Yang dimaksud yakni jika Perkara yang diadili hakim belum diatur dalam undang undang maka hakim akan melakukan pembentukan hukum maka dengan demikian lahir hukum yang diciptakan oleh hakim sesuai dengan nilai budaya yang hidup dan berkembang di masyarakat.

**b. Pertimbangan Fakta**

Hakim tidak dibenarkan mengambil putusan tanpa melakukan pembuktian terlebih dahulu. Adapun bahan hukum yang bisa dipakai pertimbangan hakim dilihat dari perkara yang diadili oleh hakim yakni:

- 1) Fakta yang dinilai dan diperhitungkan, terbatas yang diajukan dalam persidangan. Selama proses berlangsung, terutama pada saat persidangan memasuki tahap pembuktian yaitu saat para pihak diberi hak dan kesempatan menyampaikan bahan atau alat bukti, kemudian bahan atau alat bukti itu, diserahkan kepada hakim.
- 2) Fakta yang terungkap di luar persidangan. Misalnya fakta yang ditemukan hakim dari sumber surat kabar atau majalah, ini merupakan fakta yang ditemukan hakim dari sumber luar, bukan dalam persidangan. Hal ini tidak boleh dijadikan fakta untuk membuktikan kebenaran yang didalilkan salah satu pihak. Menurut putusan MA No.2775K/Pdt/1983 yang menyatakan *judex facti* telah salah menerapkan hukum dikarenakan hakim mengambil putusan dari bukti yang tidak diajukan dalam berkas perkara.
- 3) Fakta yang bernilai sebagai pembuktian yaitu fakta yang konkret dan relevan, yakni yang jelas dan nyata membuktikan suatu keadaan atau peristiwa yang berkaitan langsung dengan perkara yang disengketakan. Fakta yang abstrak atau yang dikategorikan sebagai hal hayali atau semu dalam hukum pembuktian, tidak bernilai sebagai alat bukti untuk membuktikan sesuatu kebenaran.