

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sejalan dengan Kemajuan Zaman HKI atau Hak Kekayaan Intelektual di masa jual beli menarik simpati dan menjadi hal yang sangat amat penting bagi sektor industri dan sektor perdagangan internasional. Peningkatan pesat dalam bidang teknologi informasi serta transportasi yang begitu amat cepat juga turut mengedepankan perkembangan Hak Kekayaan Intelektual.¹ Terkait persoalan berikut mengangkut dampak kepada tatanan Hak Kekayaan Intelektual di lingkup nasional.

Sejak awal mula perdagangan merek telah digunakan untuk membedakan kualitas atau keaslian barang dan jasa. Sejak saat itu, merek telah memainkan peran penting dalam penerapan Hak Kekayaan Intelektual dalam ekonomi.², yang dimana mempunyai kekuatan sebagai daya pembeda antar produk, yaitu berupa barang atau layanan pada suatu perusahaan dengan perusahaan yang lainnya. supaya para konsumen tidak merasa di bingungkan atas barang sejenis yang diproduksi oleh satu penghasil dengan penghasil dan penghasil lainnya.

¹ David Edyson, Dikjaya, Muhammad Rafi, “*Perlindungan Hukum Mengenai HKI*” (Vol. 8 No.1- Juni-2024) hlm.1

² Temmy Wijaya, Diky Zehru Zain & Khairul Anam, “*Kedudukan HKI dalam system Nasional*”, hall.8

Merek bisa diklasifikasikan sebagai salah satu aset paling berharga bagi sebuah perusahaan. Dalam banyak kasus, merek memiliki peran utama dalam menentukan nilai jual suatu produk, menjadikannya jauh lebih mahal dibandingkan produk serupa di pasaran. Bahkan, kekuatan sebuah merek sering kali mampu meningkatkan harga produk hingga melampaui nilai yang dimiliki oleh perusahaan lain dalam industri yang sama. Hal ini menunjukkan bahwa merek lebih dari sekedar pengenal, tetapi juga faktor strategis yang mempengaruhi daya saing dan persepsi konsumen terhadap suatu produk.³ Semakin banyak dilirik dan semakin luas atas pengenalan sebuah merek terhadap pembelinya maka akan semakin mahal sebuah nilai yang dimiliki oleh Merek tersebut memiliki nilai, baik dari segi materiil maupun immateriil. Oleh karena itu, pemiliknya tentu tidak ingin mereknya disalahgunakan oleh pihak lain dengan cara yang tidak semestinya. Hal ini menjadikan keberadaan perlindungan hukum terhadap kepemilikan merek sebagai aspek yang sangat penting dan krusial.

Pada kesempatan itu, dengan berdirinya merek, khalayak ramai memungkinkan memiliki peran penting dalam membedakan satu produk dari produk lainnya, menentukan standar kualitas barang, serta mengurangi risiko terjadinya penipuan. Mengingat betapa esensialnya peran sebuah merek, tidak dapat disangkal bahwa nilai merek sering kali melampaui nilai aset nyata yang dimiliki oleh suatu perusahaan.⁴

Pada masa terakhir, sejak 2016 hingga tahun 2020, Pengajuan

³ Eddy Damian dkk, *Hak Kekayaan Intelektual (Suatu Pengantar)* (Bandung: Alumni,2003), hlm. 131.

⁴ Tim Lindsey, *"Hak Kekayaan Intelektual, Suatu Pengantar"* (Bandug: PT Alumni,2013), hlm. 3.

perlindungan merek oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) meningkat sangat banyak. Dengan peningkatan peristiwa serupa juga terjadi ketika Perekonomian Indonesia mengalami penurunan signifikan pada tahun 2020 akibat dampak dari wabah COVID-19, yang menyebabkan resesi dan perlambatan di berbagai sektor industri. Permohonan merek yang mendaftar pada 2020 berjumlah sekitar 93.663, atau bisa disimpulkan lebih meningkat dari tahun sebelumnya yaitu di 2019 yang mendaftarkan permohonan berjumlah 2.784.⁵ Tingginya permohonan perlindungan merek ini Hal ini menunjukkan bahwa perlindungan merek memiliki peran yang sangat penting dan dibutuhkan oleh masyarakat. Tak hanya itu, tingginya pengajuan perlindungan membuat kesadaran pada pengusaha untuk melindungi aset yang dimilikinya, walaupun akan tetap muncul atau banyak permasalahan konflik merek antar perusahaan di Indonesia. Sengketa merek yang ada di Indonesia telah berjalan berangsur-angsur dan mencakup berbagai masalah, seperti kesamaan pada merek, status izin merek, hubungan antara hak cipta dan hak merek, peniruan merek terkenal, namun demikian terdapat permasalahan merek yang kedua merek tersebut memiliki persamaan merek pada pokoknya lalu kemudian pada dasarnya di Indonesia kedua merek tersebut masih bisa terdaftar yaitu konflik cap dagang “PREDATOR” dengan Putusan Nomor 1146 K/PDT.SUS-HKI/2020. Dalam sengketa tersebut kedua merek tersebut masih bisa terdaftar secara bersamaan dimungkinkannya kedua merek yang terdaftar secara bersamaan dikenal ke dalam istilah “co-

⁵ Laporan Tahunan Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual 2020,

existing” hal ini dikarenakan pada dasarnya perlindungan barang dan/atau jasa yang dicakup oleh merek tersebut berbeda.

Terdapat sengketa merek yang sama juga dalam hal ini yaitu sengketa merek “ATMOS” milik PT. Paragon Technology and Innovation melawan CV. Atmos Indonesia

pada saat konflik cap dagang pasta gigi "STRONG". Permasalahan ini terpicu karena antar dua *FMCG* terkemuka, yakni Unilever dan Orang Tua. Dalam perkara tersebut, hakim memutuskan bahwa Orang Tua harus membayar ganti rugi tiga puluh miliar serta mengabulkan seluruh gugatan yang diajukan oleh Unilever..⁶

Kemudian, pada November 2021, PT Terbit Financial Technology (PT TFT) menggemparkan publik dengan menggugat lebih dari 2 triliun Rupiah untuk menghentikan penggunaan merek GOTO. Dalam gugatannya, PT TFT meminta Majelis Hakim memerintahkan tergugat untuk membayar ganti rugi sebesar Rp2,08 triliun. Lebih lanjut, PT TFT menegaskan bahwa merek GOTO adalah miliknya sebagai penggugat.⁷

Perselisihan ini bermula ketika PT Aplikasi Karya Anak Bangsa dan PT Tokopedia mengumumkan rencana penggabungan perusahaan yang menghasilkan entitas baru, yakni PT GoTo Gojek Tokopedia (GOTO), pada 17 Mei 2021. Namun, sebelum merger tersebut terjadi, merek dagang GOTO sudah lebih dahulu

⁶ Syifa Permata riski, “Penyelesaian perkara merek Strong dengan PT.Unilever Indonesia,TBK”17 oktober 2022, hall.14

⁷ Panji Mario Sianturi, “Pengajuan Gugatan Merek GoTo Terhadap Gojek dan Tokopedia”,March 10,2023,hall.1

didaftarkan oleh PT Aplikasi Karya Anak Bangsa. GOTO Group tercatat sebagai entitas teknologi terbesar di Indonesia sekaligus pionir dalam mencapai status decacorn di Tanah Air. Status decacorn ini didukung oleh total Gross Transaction Value (GTV) yang mencapai lebih dari 18 miliar dolar AS pada tahun 2020 serta memberikan kontribusi sebesar 2% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia.⁸

Tak lama setelah pengumuman merger, PT TFT mengajukan gugatan terhadap penggunaan merek GOTO dengan alasan bahwa merek tersebut meniru dan melanggar hak merek yang telah mereka daftarkan secara resmi di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia RI. Merek milik PT TFT tersebut terdaftar dengan Nomor IDM000858218. Gugatan yang diajukan pada 2 November 2021 tersebut tercatat dalam perkara dengan nomor 71/Pdt.Sus-HKI/Merek/2021/PN Niaga Jkt.Pst.

Merespons perkara ini, sebagaimana dikutip pada website resmi DJKI Kementerian Hukum & HAM RI, Direktur Merek dan Indikasi Geografis, Kurniawan, menjelaskan bahwa DJKI memberikan sebagian hak atas cap dagang terhadap produk dan/atau jasa kepada Gojek dan Tokopedia dikarenakan terdapat perbedaan dalam pendaftaran merek dibandingkan dengan milik PT TFT. Meski demikian, Kurniawan menegaskan bahwa Gojek dan Tokopedia tidak memiliki kepemilikan penuh atas merek GOTO, terutama dalam beberapa kategori barang dan jasa. Beberapa permohonan perlindungan merek bahkan ditolak karena dianggap memiliki kesamaan dengan merek yang dimiliki oleh

⁸ Dyah Ullhaq, "PT. GoTo strategi perubahan di era 5.0" June 2023, hall.3

PT TFT.⁹

Penyelesaian persoalan merek ini mencapai penyelesaian pada saat pertengahan tahun 2022. Pengadilan Negeri Jakarta Pusat akhirnya menolak tuntutan yang diusulkan oleh PT TFT. Berdasarkan Putusan Nomor 71/Pdt.Sus-HKI/Merek/2021/PN Niaga Jkt.Pst, Majelis Hakim menetapkan beberapa keputusan, yaitu: (1) menyetujui keberatan yang dilayangkan oleh pihak yang dituntut, yakni PT Aplikasi Karya Anak Bangsa (Gojek) dan PT Tokopedia, terkait kompetensi absolut; (2) menyatakan bahwa Pengadilan Niaga tidak memiliki wewenang untuk mengadili perkara gugatan Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) dengan nomor yang sama; serta (3) membebankan biaya perkara kepada pihak penggugat, PT Terbit Financial Technology, sebesar Rp 2.500.000,- (dua juta limaratus ribu rupiah). Berdasarkan putusan yang dikeluarkan oleh Majelis Hakim Pengadilan Niaga Jakarta Pusat, serta mempertimbangkan kronologi sengketa merek GOTO dan keputusan DJKI yang memberikan sebagian hak merek tersebut kepada Gojek dan Tokopedia, penulis merasa tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai kasus ini dalam penelitian skripsi. Penulis juga ingin membahas mengenai adanya konsep *Non-Confusing Similarity* dan memiliki pembeda dari penulis skripsi terdahulu yang juga membahas putusan sengketa merek GOTO, berikut penulis lampirkan beberapa referensi penulis terdahulu terkait kasus GOTO :

⁹ Sengketa GoTo: DJKI Klarifikasi Alasan Gojek dan Tokopedia Dapatkan Sebagian Mereknya,

NO	PENULIS & JUDUL PENELITIAN	RUMUSAN MASALAH	HASIL
1	<p>Arrifah Amarya Putri.</p> <p>Perlindungan hukum atas sengketa kepemilikan merek GOTO antara PT.Terbit Financial Technology dan PT. Goto gojek Tokopedia</p>	<p>Bagaimana Perlindungan hukum bagi pemilik hak merek atas munculnya merek baru yang sama dan berada pada kategori kelas yang sama?</p> <p>Bagaimana konsekuensi hukum atas dilanggarnya asa <i>First to file</i> dalam kasus sengketa merek GOTO?</p>	<p>Pelanggaran asas first to file terjadi karena adanya penerimaan pendaftaran terhadap merek baru yang memiliki persamaan dan masuk pada kategori kelas yang sama dengan merek yang sebelumnya yang sudah terdaftar secara resmi. Padahal, adanya asas first to file bertujuan sebagai perlindungan preventif bagi pemilik hak atas merek</p>

2	<p>Rheysa Anggra Sella.</p> <p>Penolakan gugatan merek oleh pengadilan niaga terkait dengan sengketa merek GOTO</p>	<p>Bagaimana alasan Penolakan gugatan merek berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis?</p>	<p>kesimpulan yang ditemukan penulis bersifat deduktif dan hasil penelitian ini menunjukkan bahwasannya pendaftaran merek penting dilakukan agar terhindar dari sengketa atas kepemilikan merek dan dalam perkara yang digunakan dalam penelitian ini menyimpulkan pengadilan niaga tidak memiliki kewenangan untuk menerima atau menolak permohonan pendaftaran merek.</p>
---	---	---	---

3	Ahmad Za'im Yunus. Analisi yuridis terhadap merek milik pendaftar pertama	Bagaimana tingkat kesamaan antara merek GOTO milik PT TFT dengan merek yang telah terdaftar atas nama PT Aplikasi Karya Anak Bangsa, baik dari segi elemen utama maupun keseluruhan? Bagaimana kesesuaian pertimbangan Hakim dalam putusan Nomor 71/Pdt.Sus-HKI/Merek/2021/PN Niaga Jkt.Pst ?	Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa terdapat persamaan pada pokoknya antara merek "GOTO" milik PT Terbit Financial Technology dengan "goto" milik PT Aplikasi Karya Anak Bangsa. Namun, ditemukan bahwa hak eksklusif atas merek bersifat terbatas.
---	--	--	---

Berikut adalah data dari penulis terdahulu yang meneliti putusan Nomor 71/Pdt.Sus-HKI/Merek/2021/PN Niaga Jkt.Pst Mengenai Sengketa Merek “GOTO”, dapat di simpulkan bahwa berdasarkan data di atas penulis terdahulu pada kolom 1 dan 3 membahas mengenai asas *First To File* yang berpendapat bahwa dalam sengketa ini terdapat adanya kesamaan merek dari kedua belah pihak yang bersengketa dan memberi kesimpulan bahwa seharusnya asas *First to file* bertujuan sebagai perlindungan preventif bagi pemilik hak atas merek.

Kemudian penulis terdahulu pada kolom nomor 2 mempunyai penelitian dengan fokus terhadap penolakan gugatan yang diberikan majelis hakim dalam sengketa ini penulis nomor 2 mempunyai hasil penelitian bahwa pengadilan niaga tidak berwenang memutus perkara ini.

Mengenai hal ini dapat disampaikan bahwa tidak adanya kecocokan dalam penelitian yang penulis lakukan karena peneliti lebih memfokuskan penelitian sengketa merek GOTO dengan adanya Konsep Hukum *Non- Confusing Similarity*.

Penulis memiliki ketertarikan mendalam terhadap bagaimana Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis diterapkan dalam kasus ini. Selain itu, aspek yang dianggap krusial oleh penulis adalah perlindungan hukum terhadap hak merek bagi pihak yang mendaftarkannya dan juga adanya konsep Hukum *Non-Confusing Similarity* yang dimana dapat diartikan sebagai yang dimana merujuk pada prinsip bahwa dua merek dapat dianggap serupa tanpa menyebabkan kebingungan di kalangan konsumen. Dalam hal ini, meskipun ada kesamaan antara dua merek, Jika konsumen tidak akan bingung atau salah menerka satu merek dengan yang lain maka keduanya dapat dianggap tidak melanggar hak merek satu sama lain didalam kasus tersebut. Walaupun di dalam perlindungan merek, terdapat asas yang mengedepankan *first to file* tetap saja harus di iringi dengan konsep hukum *Non-Confusing Similarity*. Kemudian dengan adanya prinsip tersebut, Individu atau perusahaan yang lebih dulu mengajukan permohonan pendaftaran

merek berhak atas kepemilikan merek tersebut.¹⁰ Melalui pedoman yang ada ini, jikalau diamati dari jauh, Sengketa dalam kasus ini tampak tidak logis. Baik PT Terbit Financial Technology (PT TFT) maupun PT Aplikasi Karya Anak Bangsa bersama PT Tokopedia memiliki hak atas merek GOTO. Merek GOTO yang dimiliki PT TFT telah didaftarkan lebih dahulu dan terdaftar dalam kelas 42, dengan perlindungan hukum yang berlaku mulai 10 Maret 2020 hingga 10 Maret 2030. Sementara itu, merek GOTO milik PT GoTo Gojek Tokopedia (awalnya dimiliki oleh PT Aplikasi Karya Anak Bangsa) juga terdaftar dalam kelas yang sama dengan Nomor Pendaftaran IDM000936923, yang mendapatkan perlindungan dari 6 Maret 2021 hingga 6 Maret 2031.¹¹ Selain itu, PT GoTo Gojek Tokopedia juga memiliki pendaftaran merek GOTO di beberapa kategori lain, mencakup kategori kelas 36, 35, 9, dan lainnya.

Namun dengan adanya prinsip Hukum *Non-Confusing Similarity* yang ingin penulis bahas ini sengketa merek ini dapat sejalan dengan adanya Co-Existing dalam merek ini. Mengenai prinsip hukum, terdapat asas *lex specialis derogat lex generalis*, yang berarti aturan yang lebih khusus mengesampingkan aturan yang lebih umum. Oleh karena itu, dalam konteks pengaturan merek di Indonesia, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis berperan sebagai *lex specialis*. Dengan demikian, UU MIG menjadi dasar hukum yang digunakan dalam menangani kasus sengketa merek. Berdasarkan UU MIG, perlindungan merek mencakup tanda yang dapat berupa

¹⁰ Masnun, M.A., "Analisis Regarding brand dispute cases", 2021-hall.17

¹¹ Pangkalan Data Kekayaan Intelektual, Trademark

gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, baik dalam bentuk dua dimensi maupun tiga dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari dua atau lebih unsur tersebut, yang berfungsi untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh individu atau badan hukum dalam aktivitas perdagangan.

UU MIG juga menetapkan bahwa suatu permohonan merek dapat ditolak apabila memiliki Kesamaan secara substansial atau keseluruhan dengan: (a) merek yang telah terdaftar atas nama pihak lain untuk produk dan/atau layanan dalam kategori yang sama; (b) merek yang sudah dikenal luas oleh masyarakat yang digunakan dalam produk maupun jasa serupa; (c) merek terkenal yang telah dimiliki oleh pihak lain meskipun dalam kategori barang atau jasa yang berbeda, namun tetap memenuhi kriteria tertentu; persyaratan tertentu; atau (d) indikasi geografis yang telah terdaftar. Dalam kasus ini, baik PT Terbit Financial Technology (PT TFT) maupun PT GoTo Gojek Tokopedia (PT Aplikasi Karya Anak Bangsa dan PT Tokopedia) sama-sama memiliki nama dagang GOTO dalam status serupa., dengan pelafalan serupa, meskipun memiliki perbedaan dari segi bentuk font dan desain. Melihat kompleksitas kasus sengketa merek ini, penulis merasa berkeinginan untuk mengkaji lebih lanjut dalam bentuk skripsi yang berjudul : "ANALISIS YURIDIS TERHADAP SENKETA MEREK “GOTO” ANTARA PT TERBIT FINANCIAL TECHNOLOGY DENGAN GOJEK DAN TOKOPEDIA ATAS KONSEP NON-CONFUSING SIMILARITY". Dengan demikian, guna memastikan penelitian ini tersusun secara sistematis dan tetap fokus pada topik utama, penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut:

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan, maka dapat penulis rumuskan Bagaimana kesesuaian Konsep Hukum *Non-Confusing Similarity* dalam sengketa kasus merek GOTO dengan ketentuan yang ada dalam Undang – Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan Penelitian

Penulis ingin mencapai Tujuan dari penulisan ini yang sebagai berikut:

Mengetahui kesesuaian konsep Hukum *Non-Confusing Similarity* dalam sengketa kasus merek GOTO dengan ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

b. Manfaat Penelitian

Sebagaimana yang dapat diketahui di atas tugas akhir mengandung suatu manfaat yang ingin dicapai dari penelitian ini diantaranya manfaat Teoritis dan Praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari skripsi atau tugas akhir ini diharapkan mampu untuk memberikan pemikiran dalam Hukum Hak atas Kekayaan Intelektual dan lebih khususnya di bidang merek atas adanya Konsep Hukum *Non- Confusing Similarity*. kemudian, sehingga penulis berharap terhadap skripsi atau tugas akhir ini untuk dapat menjadi referensi dalam mengkaji hukum merek.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini sangat diharapkan dapat dijadikan sebagai pertimbangan, masukan, serta referensi dalam melakukan penelitian hukum selanjutnya sehingga akan berguna untuk perkembangan ilmu & pengetahuan di Indonesia. Disisi lain, penelitian ini dapat memberikan pandangan dan/atau pemahaman mengenai hukum pemilik hak merek atas adanya konsep hukum *Non-Confusing Similarity* sehingga penelitian ini akan mempunyai manfaat bagi masyarakat Indonesia.

D. Kegunaan Penelitian

Peneliti berharap pada hasil penelitian ini agar nantinya dapat memberikan sumbangsih kepada masyarakat luas khususnya pemilik usaha, dan seorang praktisi hukum guna memahami konspirasi dasar pertimbangan hakim dalam memutuskan Mahkamah Agung Nomor: 71/Pdt.Sus-HKI/Merek/2021/PN Niaga Jkt.Pst mengenai kasus merek GOTO melawan goto, serta menerapkan undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menegaskan bahwa didalam perlindungan merek juga terdapat konsep Hukum *Non-Confusing Similarity*.

E. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini dikategorikan sebagai jenis penelitian hukum (*legal research*) yuridis normatif. *Legal research* atau Penelitian hukum yang bermetode yuridis normatif ini adalah suatu penelitian yang tujuannya untuk menjelaskan dan merumuskan secara sistematis mengenai aturan- aturan hukum yang mengatur suatu bidang hukum tertentu, menganalisis hubungan antara aturan (norma)

hukum dengan aturan hukum lain, medeskripsikan bagian-bagian yang tidak mudah dimengerti pada suatu aturan hukum, dan bahkan memprediksi suatu aturan hukum yang akan berlaku di masa yang akan tiba (*ius constituendum*). Dalam hal ini, penulis menggunakan jenis penelitian yang berbasis kepustakaan atau bisa disebut *Library based*, dengan menggunakan analisa yang berfokus pada bahan hukum primer dan sekunder.¹²

2. Pendekatan Penelitian Konseptual

a) Pendekatan penelitian konseptual (conceptual Approach)

Pendekatan penelitian konseptual ini bertujuan untuk mengkaji makna, ruang lingkup, dan relevansi konsep non-confusing similarity sebagai dasar perlindungan hukum merek

b) Pendekatan Perundang-undangan (statue approach)

Pendekatan ini bertujuan meneliti norma-norma hukum yang mengatur merek dan perlindungannya, khususnya yang menyentuh soal kemiripan merek.

c) Pendekatan kasus (Case Approach)

Pendekatan ini bertujuan untuk menelaah putusan pengadilan dalam sengketa merek GOTO.¹³

¹² Dyah Ochtorina Susanti & A'an Efendi. 2014. Penelitian Hukum (Legal Research). Jakarta:Sinar Grafika.h. 11

¹³ Marchelina,Pelanggaran hak merek yang memiliki persamaan pada pokoknya, hall 22

3. Sumber Bahan Hukum

Pada penelitian ini, jenis data yang akan penulis gunakan adalah jenis data sekunder, yakni data yang diperoleh dengan cara meninjau dan mengkaji literatur atau kepustakaan yang tersedia, yang mana relevan (related) dengan penelitian ini. Oleh sebab itu, penulis akan merinci data yang digunakan pada penelitian ini yang meliputi:

a. Bahan Hukum Premier

Bahan hukum primer yaitu bahan hukum yang mempunyai suatu otoritas atau authority yang bersifat mengikat. Bahan ini juga dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu bahan hukum primer (termasuk yurisprudensi dan peraturan perundang-undangan suatu yurisdiksi atau wilayah hukum tertentu) dan (termasuk peraturan perundang-undangan) pada wilayah hukum di negara lain, tetapi juga menyangkut hal yang sama dengan putusan hakim di wilayah yurisdiksi nasional. Disini, penulis menggunakan bahan hukum primer yang digunakan dalam penyusunan tugas akhir ini, yaitu meliputi :

- 1) Putusan Nomor 71/Pdt.Sus-HKI/Merek/2021/PN Niaga Jkt.Pst
- 2) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPer)
- 3) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

b. Bahan Hukum Sekunder

Penulis akan memberi gambaran mengenai pokok permasalahan dan mengidentifikasi peraturan perundang-undangan, serta beberapa kasus penting yang relevan dengan topik yang akan dibahas oleh penulis pada penelitian ini. Bahan hukum sekunder ialah bahan hukum yang menerangkan dan menjelaskan secara rinci mengenai apa yang tertera pada bahan hukum primer. Bahan-bahan Hukum sekunder dalam hal ini adalah buku, jurnal yang mengandung tulisan-tulisan kritis para ahli dan akademisi hukum, terhadap berbagai produk hukum, peraturan perundang-undangan dan putusan pengadilan, laporan penelitian hukum dan doktrin ahli, serta beberapa sumber yang penulis dapat dari beberapa situs internet terpercaya.

4. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum

Salah satu teknik pengumpulan bahan hukum untuk suatu penelitian hukum ialah studi kepustakaan atau studi dokumen (library research). Teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data pada penelitian studi kepustakaan (library research) ini ialah dengan membaca, meneliti, mempelajari dan menganalisa bahan-bahan hukum dengan menyesuaikan perumusan masalah yang telah dibuat oleh penulis guna mendapatkan landasan teori yang relevan (related) dengan penelitian hukum yang akan penulis teliti.

5. Teknik Analisis Bahan Hukum

Teknik Analisis yang penulis gunakan dalam menyusun penelitian ini yaitu dengan cara mengumpulkan bahan-bahan hukum yang akan dikaji lalu ditarik kesimpulannya melalui teknik analisis komparatif atau comparative analysis.

Sementara itu, Teknik Analisis secara komparatif ialah sebuah Teknik analisis penelitian yang mengkomparasikan atau membandingkan suatu, fenomena, faktor, sebab akibat dan berbagai sistem yang berbeda yang menilai atau menetapkan suatu standar (normatif), serta memiliki tujuan akhir untuk menarik kesimpulan (Winarno Surakhmad, 1990:193.) Disisi lain, terdapat pula Teknik interpretasi yaitu Teknik Analisa dengan cara menggunakan beberapa jenis penafsiran ilmu hukum dengan proposisi yang dijumpai sehingga dapat dengan mudah disistematiskan sesuai pada pokok permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini. Teknik evaluasi adalah penilaian peneliti terhadap suatu sudut pandang, dan pernyataan perumusan oleh norma terkait dengan kesesuaiannya, kebenarannya, dan keabsahannya suatu pandangan yang terdapat pada sumber bahan hukum primer dan sekunder . Teknik sistematisasi adalah upaya mencari hubungan antara peraturan perundang-undangan yang sederajat atau tidak sederajat dalam perumusan konsep atau proposisi hukum.¹⁴

Melalui teknik analisis di atas , selanjutnya penelitian ini akan dianalisis melalui teknik analisa komparatif (comparative analysis) serta menurut isinya (content analysis) yaitu dengan cara memilah data dari berbagai sumber dan bahan kepustakaan yang ada sesuai dengan arah objek penelitian yang diharapkan, sehingga menghasilkan penjelasan yang objektif, sistematis dan kualitatif terhadap isi dari penelitian yang bersangkutan.¹⁵

¹⁴ Sumadi Suryabrata. 1992. Metode Penelitian. Yogyakarta: University Gadjah Mada Press. hlm.85

¹⁵ Darmiyati Zuchdi.1993. Panduan penelitian Lembaga Penelitian IKIP Yogyakarta: hlm.1

Penulis dalam mengkaji penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif (deskriptif kualitatif). Mendeskripsikan melalui analisis data dengan menjelaskan secara rinci dan akurat terkait fenomena tertentu yang relevan (related) dengan penulisan hukum. Maksud dari pendekatan kualitatif sendiri ialah suatu pendekatan melalui analisis hasil penulisan yang telah disistematisasi dengan kajian hukum positif (*ius constitutum*) dan teori huku.

