HK &
IS

ASPEK HUKUM PENDAFTARAN MEREK DAN HAK EKSKLUSIF BAGI PEMEGANG HAK ATAS MEREK DI INDONESIA

SKRIPSI

Disajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Hukum

OLEH :

APRIANTO

02023100045

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS HUKUM

INDERALAYA

2007

1807

507

ASPEK HUKUM PENDAFTARAN MEREK DAN HAK EKSKLUSIF BAGI PEMEGANG HAK ATAS MEREK DI INDONESIA

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
UPT PERPUSTAKAAN

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Hukum

R. 15732
Rg 15494

OLEH :

APRIANTO

02023100045

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS HUKUM

INDERALAYA

2007

FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
INDERALAYA

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama	**: Aprianto**
Nim	**: 02023100045**
Program Studi	**: Ilmu Hukum**
Program Kekhususan	**: Stidi Hukum dan Bisnis**
Judul Skripsi	**: Aspek Hukum Pendaftran Merek dan Hak Eksklu sif Bagi Pemegang Hak Atas Merek di Indonesia**

Inderalaya, Januari 2007

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama	**Pembimbing Pembantu**
Antonius Suhadi A.R, S.H.	**Sri Turatmiyah, SH, M.Hum**
Nip : 132 902 333	**Nip : 130 008 694**

S
346.048 07
Apr
a
2007

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
UPT PERPUSTAKAAN

ASPEK HUKUM PENDAFTARAN MEREK DAN HAK EKSKLUSIF BAGI PEMEGANG HAK ATAS MEREK DI INDONESIA

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Hukum

R. 15732
15494

OLEH :

APRIANTO

02023100045

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS HUKUM

INDERALAYA

2007

FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
INDERALAYA

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama	**: Aprianto**
Nim	**: 02023100045**
Program Studi	**: Ilmu Hukum**
Program Kekhususan	**: Stidi Hukum dan Bisnis**
Judul Skripsi	**: Aspek Hukum Pendaftran Merek dan Hak Eksklusif Bagi Pemegang Hak Atas Merek di Indonesia**

Inderalaya, Januari 2007

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama

Antonius Suhadi A.R, S.H.
Nip : 132 902 333

Pembimbing Pembantu

Sri Turatmiyah, SH, M.Hum
Nip : 130 008 694

Telah Mengikuti Ujian Skripsi Pada

Hari : Rabu

Tanggal : 7 Februari 2007

TIM PENGUJI

1.	**Ketua**	**: Wahyu Ernaningsih, S.H.,M.Hum**
2.	**Sekretaris**	**: Ridwan, S.H.,M.Hum**
3.	**Anggota**	**: Abdullah Tulip, S.H.,M.Hum**
4.	**Anggota**	**: Antonius Suhadi, A.R, S.H.**

Inderalaya, 7 Februari 2007

Mengetahui :

Dekan Fakultas Hukum

Universitas Sriwijaya

H. M. Rasyid Ariman, SH, MH

NIP. 130604256

MOTTO :

" Maka siapa yang mengerjakan perbuatan baik seberat dzarrah nanti akan dilihatNya. Dan siapa yang megerjakan kejahatan seberat dzarrah nanti akan dilihatNya pula".

(Q.s. Az Zilzal, 7-8)

Kupersembahkan kepada :

- Kedua orang tuaku tercinta
- Adek-adekku tersayang
- Sahabat-sahabatku
- Almamaterku

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Puji syukur patut dihantarkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberi daya dan kekuatan kepada kita dan atas izinNya jugalah penulis dapat meyelesaikan penulisan skripsi dengan judul: ASPEK HUKUM PENDAFTARAN MEREK DAN HAK EKSKLUSIF BAGI PEMEGANG HAK ATAS MEREK DI INDONESIA.

Masalah pelanggaran atas merek merupakan masalah yang telah mengalami perkembangan yang sangat pesat dewasa ini. Dengan diberlakukannya perdagangan bebas maka secara otomatis persaingan terbuka secara bebasa dan ketat, hal ini tentu saja dapat menyebabkan terjadinya perbuatan curang dan persaingan yang tidak sehat antar pelaku usaha. Untuk itu diperlukan adanya pendaftaran atas merek untuk terciptanya hak atas merek demi kepastian hukum dan adanya perlindungan hukum atas merek yang terdaftar.

Perlindungan hukum atas merek ini sendiri diatur secara internasional melalui perjanjian-perjanjian internasional yang juga diratfikasi oleh Indonesia. Akibat hukumnya adalah Indonesia harus tunduk pada perjanjian mengenai masalah hak kekayaan intelektual termasuk hak atas merek yang merupakan hak eksklusif yang dapat menimbulkan praktek monopoli dan iklim persaingan usaha tidak sehat.

Untuk Indonesia sendiri sebagai negara yang sedang berkembang dalam menghadapi globalisasi ini perlindungan hukum bagi pemegang hak atas merek sedang digalakkan demi terciptanya iklim persaingan yang sehat.

Untuk itulah penulis meyajikan tulisan ini yang diharapkan dapat memberikan kontribusi yang baik bagi ilmu pengetahuan khususnya di bidang hukum merek di Indonesia serta dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan bagi para pembaca.
Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Palembang, 30 Januari 2007

Penulis,

Aprianto

SPECIAL THANKS

Penulis menyadari keberhasilan dalam penulian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itulah pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak H.M Rasyid Ariman, S.H.,MH, selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Pembantu Dekan I, Pembantu Dekan II dan Pembantu Dekan III.
3. Bapak Prof. Amzulian Rifai, S.H, LLM, Phd, selaku Penasehat Akademik.
4. Bapak M. Fikri Salman, S.H., selaku Ketua Jurusan Studi Hukum dan Bisnis.
5. Bapak Antonius Suhadi AR, S.H., selaku Pembimbing Utama yang telah memberi pengarahan dan bimbingan kepada penulis selama menyelesaikan skripsi.
6. Ibu Sri Turatmiyah, S.H, M.Hum, selaku Pembimbing Pembantu atas bimbingan, arahan, nasihat dan kemudahan yang telah diberikan dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Kepada seluruh Dosen dan Asisten Dosen Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya atas ilmu yang telah diberikan kepada penulis aktif mengikuti kuliah.
8. Kepada staf karyawan Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya, penulis ucapkan terima kasih.
9. Kepada Mimi dan Bapak, adek-adekku Dian, Weni, Adam, dan seluruh keluarga besarku terima kasih atas segala dukungan dan pengorbanannya baik moril dan materil.

10. Kepada sahabat-sahabatku Anggun, Ewin, Rahmat, Luca, Aan, Reza, dan Gen'k 15 terima kasih atas support yang kalian berikan selama ini "A Great Thanks For u All Bro'.
11. "Adik-adikku" Dita, Daya, Tika, Alya, thanks untuk persaudaraannya yang sangat indah selama ini
12. Buat "Rn" yang selalu mejadi semangat dan inspirasiku, teruslah menjadi bintang yang menerangi hatiku.
13. Teman-teman seperjuangan Peyek, Jorona, Eja, Adit, Sido Tobing, Hilda, Kiki "nyai", Adi, Dedeng, Hendra Sinaga, Wida, Yulius, Bule, Ade, "akhirnya kita bisa".
14. My Supporters Angkatan 2002 (Acong, Dayat, Bibie, Luca, Iwank, Meifian, Dkk) dan alumni 2002, terima kasih atas persahabatannya.

Akhirnya penulis hanya bisa memanjatkan doa semoga Allah SWT membalas kebaikan-kebaikan yang telah diberikan kepada penulis. Dalam penulisan skripsi ini pastilah terdapat banyak kekurangan, untuk itu diharapkan kritik dan saran agar skripsi ini lebih baik. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. Terima Kasih.

Inderalaya, Januari 2007

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL..... i

HALAMAN PERSETUJUAN..... ii

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN..... iii

KATA PENGANTAR..... iv

DAFTAR ISI..... v

BAB I: PENDAHULUAN

A. Latar Belakang 1

B. Permasalahan..... 9

C. Ruang lingkup 9

D. Tujuan Penelitian..... 9

E. Manfaat Penelitan..... 10

F. Metode Penelitian..... 10

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Merek 13

B. Jenis dan fungsi Merek..... 15

C. Persyaratan Merek..... 19

D. Pendaftaran Merek 21

E. Perpanjangan Pendaftaran Merek.....

F. Pengalihan Hak Atas Merek Terdaftar.....

UPT. PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
NO. DAFTAR : 070518
TANGGAL : 28 MAR 2007

G. Perjanjian Lisensi 28

H. Penghapusan dan Pembatalan Pendaftaran merek 30

I. Merek Kolektif 36

J. Pengertian Monopoli 38

K. Ruang Lingkup Hukum Anti Monopoli 40

BAB III: ASPEK HUKUM PENDAFTARAN MEREK DAN HAK EKSKLUS BAGI PEMEGANG HAK ATAS MEREK DI INDONESIA

A. Aspek Hukum Pendaftaran Merek di Indonesia Menurut Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 43

1. Sistem Pendaftaran Merek di Indonesia 44

2. Prosedur Pendaftaran Merek di Indonesia 56

B. Pemberian Hak Eksklusif Bagi Pemegang Hak Atas Merek Dikaitkan Dengan UU Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat 63

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan 71

B. Saran 72

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Arus globalisasi yang terus berkembang sejalan dengan semakin pesatnya perkembangan informasi dan teknologi mendorong masyarakat semakin selektif dalam memilih produk barang yang digunakan guna memenuhi kebutuhan hidupnya. Manusia sebagai makhluk yang memiliki kebutuhan menginginkan kualitas dan kepuasan yang terjamin sebagai konsumen pengguna produk barang yang dihasilkan dan ditawarkan oleh produsen. Semakin baik kualitas barang, produsen akan semakin mendapatkan kepercayaan dari konsumen. Produk barang ataupun jasa yang berkualitas biasanya mempunyai merek atau nama yang terkenal karena telah dipercaya oleh masyarakat bahkan digunakan selama bertahun-tahun.

Merek memiliki peranan yang sangat penting dalam era perdagangan global sebagaimana yang disebutkan dalam konsiderans Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang merek bahwa dalam era perdagangan global, sejalan dengan Konvesi-konvensi Internasional yang telah diratifikasi Indonesia, peranan merek menjadi sangat penting, terutama dalam menjaga persaingan tidak sehat.[1]

---

[1] Republik Indonesia, Lembaran Negara Tahun 2001 No. 110, Undang-Undang No. 15 tahun 2001 Tentang Merek, Jakarta, 2001, bagian "menimbag" butir a.

pasar ini seringkali membuat produsen melakukan cara-cara yang bertentangan dengan undang-undang demi keuntungan semata. Hal ini juga disebabkan pemegang merek mempunyai hak untuk memonopoli pasar sehingga pesaingnya tidak dapat berkembang. Hal ini menjadi dilema bagi dunia usaha, di satu sisi produsen pemegang hak merek ingin mendapatkan perlindungan hukum dari persaingan curang, di sisi lain produsen memiliki hak yang seolah-olah memonopoli dan menguasai pasar sehingga menimbulkan kecemburuan bagi produsen lain.

Merek dapat mencegah terjadinya persaingan usaha tidak sehat karena dengan merek, produk barang atau jasa sejenis dapat dibedakan asal muasalnya, kualitas serta keterjaminan bahwa produk tersebut asli. Kadangkala yang membuat harga suatu produk itu menjadi mahal bukanlah produknya, tetapi mereknya. Merek adalah suatu produk yang ditempelkan atau dilekatkan pada suatu produk, tetapi ia bukan produk itu sendiri. Seringkali setelah barang dibeli, mereknya tak dapat dinikmati oleh konsumen.

Merek mungkin hanya menimbulkan kepuasan saja bagi pembeli atau konsumen. Benda materilnyalah yang dapat dinikmati. Merek itu sendiri ternyata hanya pembeda immateril yang tidak dapat memberikan apapun secara fisik. Inilah yang membuktikan bahwa merek merupakan hak kekayaan immateril. Hak merek itu terbatas hanya pada penggunaan atau pemakaian pada produk-produk yang dipasarkan dan mengandung nilai ekonomis.

Merek merupakan tanda pengenal yang membedakan milik seseorang dengan milik orang lain. Merek seperti halnya nama bagi manusia, mengandung harapan-harapan yang positif. Merek juga mencerminkan apa yang ada dalam suatu produk. Namun merek yang bagus baru akan menjadi suatu produk yang sukses, jika komponen-komponen lain tersebut sesuai dengan keinginan pasar. Agar suatu merek dapat diterima sebagai merek atau cap barang, syarat mutlak adalah merek itu harus mempunyai daya pembeda yang cukup.[5] Tanda yang dipakai haruslah sedemikian rupa, hingga dapat dibedakan antara barang dan jasa yang diproduksi suatu perusahaan dengan barang atau jasa yang diproduksi oleh perusahaan lain. Merek dapat diangap sebagai ' roh ' bagi suatu produk barang atau jasa.[6]

Merek sebagai tanda pembeda dan tanda pengenal akan dapat menggambarkan kepribadian reputasi barang dan jasa hasil usahanya sewaktu diperdagangkan. Dari sisi produsen, merek mempunyai fungsi sebagai jaminan hasil produksinya, khususnya mengenai kualitas pemakaiannya. Dari sisi pedagang, merek berfungsi sebagai promosi produk barang dagangannya guna mencari dan memperluas pasar, selain itu produsen sebagai pemegang hak atas merek memiliki hak monopoli yang dapat menguasai pasar, biasanya merek tersebut telah terkenal dan menguasai pasar dunia. Penggunaan merek tertentu terkadang dapat menimbulkan image tertentu karena merek tersebut telah dikenal

---

[5] Sudargo Gautama, *Hukum Merek Indonesia*, Alumni, Bandung 1997, hlm. 33.
[6] Insan Budi Maulana, *Sukses Bisnis Melalui Merek, Paten dan Hak Cipta*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1997, hlm. 60.

luas oleh masyarakat, sehingga konsumen akan bersedia bersusah payah untuk mendapatkan produk merek tersebut. Bahkan merek yang telah dikenal luas oleh konsumen karena mutu dan harganya akan selalu ditiru, dibajak, bahkan dipalsukan oleh produsen lain yang melakukan persaingan curang.[7]

Untuk itu suatu merek itu perlu untuk didaftarkan sebagai upaya untuk memperoleh hak ekslusif karena hak ekslusif itu diberikan kepada pemegang hak atas merek karena adanya pendaftaran *(required by registration)*.[8] Pendaftaran merek merupakan suatu keharusan bagi produsen sebagaimana yang diatur oleh Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001. Artinya, merek yang tidak didaftarkan oleh produsen, otomatis tidak akan mendapatkan perlindungan hukum dan akan menyulitkan produsen itu sendiri jika terjadi sengketa merek.

Di dalam Undang-Undang Merek baru Tahun 2001 mengatur beberapa perubahan dan penyempurnaan terhadap Undang-Undang Merek lama salah satunya mengenai permohonan pendaftaran merek. Dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 ini pemeriksaan substantif dilakukan setelah permohonan dinyatakan memenuhi syarat secara administratif. Semula pemeriksaan substantif dilakukan setelah selesainya pengumuman tentang adanya permohonan. Jangka waktu pengumuman pun dilaksanakan lebih singkat dari jangka waktu pengumuman berdasarkan Undang-Undang Merek Lama. Hal ini dimaksudkan

---

[7] *Ibid*, hlm. 91.
[8] Rachmadi Usman, *Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual*, Alumni, Bandung, 2003, hlm. 331.

untuk mempersingkat jangka waktu penyelesaian permohonan dalam rangka meningkatkan pelayanan kepada masyarakat.

Sukses suatu merek menciptakan peluang bagi pelanggar-pelanggar hak atas merek yang tujuan utamanya adalah untuk mengambil keuntungan pribadi dari permintaan pasar atas produk-produk dari merek tersebut. Karenanya pelanggaran hak atas merek dan timbulnya kasus-kasus merek merupakan sesuatu yang tidak dapat dihindarkan.

Akan tetapi, ketika merek didaftarkan dan produsen sebagai pemegang hak atas merek memiliki hak eksklusif *(eksclusif rights)* akan timbul suatu masalah karena pemegang hak atas merek tersebut kemudian seolah-olah melakukan monopoli terhadap pasar. Walaupun hal ini diatur dalam Undang-Undang Anti Monopoli sebagai perkecualian, tetapi perkecualian ini hanya berlaku terbatas. Sebab tidak semua aturan main tentang monopoli dan persaingan sehat dapat dilanggar oleh pemegang hak atas merek ini.[9] Persoalan seperti ini sering menimbulkan kebingungan bagi masyarakat. Pada satu sisi, undang-undang memberikan perlindungan hukum. Namun di sisi lain, undang-undang itu memberikan celah untuk melakukan pelanggaran hukum.

Karena memilki hak eksklusif, pemilik merek merasa dapat melakukan segala sesuatau terhadap produknya. Mereka dapat menetapkan harga yang sangat tinggi untuk produknya ketika hanya sedikit orang yang dapat membayar. Ini

---

[9] Munir Fuady, *Hukum Anti Monopoli Menyongsong Era Persaingan Sehat*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2003, hlm 16-17.

artinya suatu produk dapat diserahkan kepada publik dengan harga yang ditetapkan.

Pelanggaran terhadap hak atas merek ini motivasinya adalah untuk mendapatkan keuntungan secara mudah, dengan mencoba meniru atau memalsukan merek-merek yang sudah terkenal di masyarakat. Negara pun akan dirugikan oleh tindakan pelanggaran ini terutama jika yang dipalsukan tersebut adalah merek yang internasional yang telah terkenal di dunia, karena Indonesia telah meratifikasi *Paris Convention for the Protection of Industrial Property* tahun 1983.

Indonesia akan kehilangan kepercayaan dari dunia internasional jika penegakan dan perlindungan hukum bagi pemegang hak atas merek tidak berjalan. Banyak sekali kasus-kasus pelanggaran hak atas merek yang terjadi di Indonesia seperti kasus merek dagang INTEL, yang didaftarkan oleh perusahaan elektronik lokal untuk berbagai macam barang elektronik, termasuk juga peralatan medis dan alat-alat musik.[10]

Kasus lainnya yaitu baru-baru ini *Walton Internasional Limited*, pemilik merek dagang Giordano, menuntut pembatalan merek Giordani yang didaftarkan oleh *Oriflame Cosmetic SA* di Pengadilan Niaga Jakarta. Merek produksi Indonesia sendiri salah satu yang terkenal adalah HM Sampoerna, perusahaan rokok ketiga terbesar di Indonesia yang diakuisisi oleh Phillip Morris International seharga 5,2 miliar dolar AS, sebuah indikasi baik atas beberapa nilai

[10] http//www. sinar harapan.com, diakses pada tanggal 27 September 2006.

merek dagang dan penetrasi pasarnya. Dua merek dagang lainnya, Kecap Bango dan Sari Wangi, diakuisisi oleh Unilever NV, perusahaan raksasa Belanda yang menguasai pasar Indonesia. Sementara itu produsen merek "WOODS" sekarang tidak hanya bermain di pasar Indonesia, tetapi juga telah mengekspor produknya ke Negara-negara Asia, Eropa, bahkan Afrika.[11] Bukti-bukti ini menunjukkan bahwa merek dagang yang terkenal, baik asing maupun lokal, mempunyai nilai komersial yang besar dan dapat menarik investasi pihak asing di Indonesia, serta dapat menjadi jalan bagi perusahaan lokal untuk berkompetisi di pasar global.

Dari uraian tersebut dapat kita lihat aspek hukum dari adanya suatu pendaftaran merek oleh pemegang hak atas merek dimana mereka juga memiliki hak monopoli (hak eksklusif) atas merek yang telah terdaftar tersebut seperti yang diatur dalam UU No. 15 Tahun 2001.

Berdasarkan uraian dan latar belakang tersebut di atas, mendorong penulis untuk menyusun Skripsi dengan judul :

"ASPEK HUKUM PENDAFTARAN MEREK DAN HAK EKSKLUSIF BAGI PEMEGANG HAK ATAS MEREK DI INDONESIA"

---

[11] *Ibid*

B. Permasalahan

Dari uraian diatas, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan yang akan dibahas yaitu :

1. Apakah aspek hukum pendaftaran merek di Indonesia menurut UU No. 15 Tahun 2001?
2. Bagaimanakah penerapan dalam pemberian hak eksklusif bagi pemegang hak atas merek dikaitkan dengan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat?

C. Ruang Lingkup

Ruang Lingkup permasalahan dalam skripsi ini hanya dibatasi pada permasalahan pendaftaran merek dan tinjauan terhadap hak eksklusif bagi pemegang hak atas merek dikaitkan dengan Undang-Undang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui aspek hukum pendaftaran merek menurut UU No. 15 Tahun 2001.
2. Untuk mengetahui penerapan dalam pemberian hak ekslusif bagi pemegang hak atas merek dikaitkan dengan larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat Praktis

Dengan penelitian ini diharapkan mahasiswa khususnya mahasiswa Fakultas Hukum dapat menganalisa kasus-kasus pelanggaran atas hak merek yang terjadi dan bagaimana penerapan Undang-Undang Nomor 15 tahun 2001 Tentang Merek serta aspek pendaftaran merek dan pemberian hak eksklusif dikatkan dengan larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.

Manfaat Teoritis

Secara teoritis dengan penelitian ini mahasiswa dapat mengungkapkan dan mengembangkan teori-teori yang berkembang mengenai hukum merek.

F. Metode Penelitian

1. Tipe Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif *(descriptive research)* yaitu penelitian yang membuat penggambaran secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi serta peristiwa tertentu.

2. Metode Pendekatan

Metode pendekatan dalam penelitian ini ialah pendekatan normatif, pada penelitian normatif sumber data utamanya bahan pustaka (data

2. Metode Pendekatan

Metode pendekatan dalam penelitian ini ialah pendekatan normatif, pada penelitian normatif sumber data utamanya bahan pustaka (data sekunder) yang meliputi bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier.

3. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, meliputi bahan-bahan pustaka yang terdiri dari :

1. Bahan hukum primer *(primary sourcer or authorities)*, yaitu bahan hukum yang mempunyai kekuatan mengikat seperti peraturan perundang-undangan dan putusan pengadilan mengenai merek.
2. Bahan hukum sekunder *(secondary sources or authorities)*, yaitu bahan hukum yang memberi penjelasan mengenai bahan hukum primer dan dapat membantu memahami dan menganalisa bahan hukum primer seperti makalah-makalah hasil karya ilmiah para sarjana, dan berbagai karangan para praktisi hukum, utamanya literatur-literatur mengenai hak atas merek.
3. Bahan hukum tersier, yaitu bahan yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, meliputi majalah-majalah yang memuat istilah yang relevan serta kamus hukum.

4. Metode Pengumpulan data

Metode pengumpulan data dilakukan dengan studi pustaka, yaitu dengan menganalisis dan menelusuri data yang kemudian diteliti kembali untuk mendapat data yang benar.

5. Analisis Data

Analisis data dilakukan secara kualitatif, data yang telah diseleksi diteliti dan dianalisis secara deskriptif-kualitatif, data diuraikan secara sistematis yang disusun dalam bentuk kalimat secara sistematis, untuk kemudian diambil suatu kesimpulan.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad Miru, *Hukum Merek: Cara Mudah Mempelajari Undang-Undang Merek*, RajaGrafindo Persada, 2005.

Abdul Muis, *RUU Merek: Sistem Deklareatif Kepada Sistem Konstitutif*, Mimbar Umum, Medan, 1992.

Harsono Adisumarto, *Aneka Milik Perindustrian, Akademika Pressindo*, Jakarta, 1990.

H.OK. Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual, RajaGrafindo Persada*, Jakarta, 2004.

H.M.N. Purwo Sutjipto, *Pengertian Pokok-Pokok hukum Dagang Indonesia*, Djam batan, Jakarta, 1984.

Insan Budi Maulana, *Sukses Bisnis Melalui Merek, Paten dan Hak Cipta*, Citra Adit ya Bakti, Jakarta, 1997.

Mahadi, *Hak Milik Dalam Sistem Hukum Perdata Nasional*, BPHN, Jakarta, 1981.

Mariam Darus Badrul Zaman, *Mencari Sistem Hukum Benda Nasional*, Djambatan, Jakarta, 1963.

Mr. Tirtaamidjaya, *Pokok-Pokok Hukum Perniagaan*, Djambatan, Jakarta,1962.

Munir Fuady, *Hukum Bisnis*, Citra Aditya Bakti, Jakarta, 1999.
---------, Hukum Anti Monopoli Menyongsong Era Persaingan Sehat, Citra Aditya Bakti, Jakarta, 2003.

Soedargo Gautama, *Himpunn Keputusan Merek Dagang*, Alumni, Bandung, 1987.
---------, Hukum Merek Indonesia, Bandung, Alumni, 1997.

Soegondo Soemodiredjo, *Merek Perusahaan dan Perniagaan*, Lembaga Administra si Negara, Jakarta, 1963.

Taryana Soenandar, *Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual di Negara-Negara ASE AN*, Sinar Grafika, Jakarta, 1996.