

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Perkembangan dunia bisnis saat ini mengalami peningkatan yang sangat pesat baik dalam skala nasional maupun internasional. Sehingga kemampuan pelaku usaha sangat dibutuhkan untuk dapat bersaing secara sehat dan mempertahankan bisnisnya. Dengan berkembangnya dunia bisnis tersebut, maka perlindungan hukum terhadap Hak Kekayaan Intelektual pun senantiasa mengikuti. Hak Kekayaan Intelektual dapat didefinisikan sebagai hak eksklusif yang timbul dari hasil aktivitas intelektual manusia. Menurut Yoyo Arifardhani, hak kekayaan intelektual diakui sebagai hasil kreasi dari pekerjaan dengan memakai kemampuan intelektual manusia.¹

Salah satu bentuk dari Hak Kekayaan Intelektual yang selanjutnya disebut HKI ialah merek. Dalam lalu lintas perdagangan, merek merupakan aspek penting yang selalu digunakan pada setiap barang atau jasa sebagai citra yang menunjukkan asal serta kualitas barang atau jasa tersebut. Pada definisi sederhana, merek merupakan suatu tanda pengenal atau identitas yang digunakan oleh suatu perusahaan atau produsen. Merek digunakan untuk melambungkan individualisasi atau reputasi suatu produk yang kemudian dapat menempatkannya dalam pasar. Sehingga dengan menggunakan merek suatu produk atau jasa meskipun sejenis dapat dibedakan dari satu perusahaan

¹ Yoyo Arifardhani, *Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar* (Jakarta: Kencana, 2020), 9.

dengan perusahaan lainnya. Dengan demikian, merek merupakan suatu tanda tetapi agar tanda tersebut dapat diterima menjadi suatu merek harus ada hal yang menjadi pembeda.

Dalam melakukan aktivitas bisnis, pemakaian suatu merek membawa pengaruh yang cukup besar. Apabila suatu merek sudah dikenal oleh masyarakat, maka merek tersebut telah berhasil memiliki daya pembeda dengan merek lain sehingga dapat diterima oleh masyarakat dengan mudah.² Disamping itu, merek berfungsi memberikan suatu kesan atau gengsi. Maksudnya adalah merek tertentu dapat memberikan kepercayaan diri atau bahkan menentukan kelas sosialnya. Hal ini dibuktikan dengan kenyataan dalam kehidupan sehari-hari tidak jarang konsumen lebih mementingkan merek dibandingkan kualitas dari produk atau jasa tersebut.

Dewasa ini, tidak lepas dari persoalan sengketa merek seperti pemalsuan merek, peniruan merek, membonceng merek lain ataupun menjiplak suatu merek. Oleh karena itu peran pemerintah sangat diperlukan dalam memberikan perlindungan hukum untuk melindungi hak para pemilik merek. Di Indonesia, saat ini pengaturan untuk menghadapi persoalan dan permasalahan terkait merek diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Undang-undang ini mencabut peraturan sebelumnya yakni Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek karena dianggap masih banyak kelemahan sehingga belum mampu mengatasi kebutuhan masyarakat di bidang merek dan indikasi geografis yang

² Sujana Donandi, *Hukum Hak Kekayaan Intelektual di Indonesia* (Yogyakarta: Deepublish, 2019), 75.

semakin berkembang. Selain itu, undang-undang merek sebelumnya dianggap belum cukup menjamin perlindungan potensi ekonomi lokal dan nasional sehingga perlu diganti.

Mengacu pada Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis disebutkan bahwa definisi merek adalah tanda yang dapat membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa. Tanda tersebut ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk dua dan/atau tiga dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari dua atau lebih unsur.

Dari ketentuan pasal tersebut terlihat bawah definisi merek memiliki beberapa unsur yakni: (a) tanda (*sign*), (b) memiliki daya pembeda, (c) digunakan dalam kegiatan perdagangan barang dan/atas jasa. Jadi suatu merek baru akan dikatakan sebagai merek apabila sesuai dengan unsur-unsur tersebut. Tanda (*sign*) yang dipakai harus memiliki sifat pembeda dari barang atau jasa yang satu dengan yang lainnya.

Berdasarkan data Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, Kementerian Hukum dan HAM Republik Indonesia di tahun 2023 permohonan pendaftaran merek sebanyak 114.130 permohonan. Pendaftaran suatu merek yang digunakan untuk mengidentifikasi barang dan jasa yang diproduksi atau didistribusi oleh sebuah perusahaan tertentu memberikan hak eksklusif kepada perusahaan tersebut atas merek yang didaftarkan. Pemilik merek terdaftar memiliki hak untuk mencegah pihak lain untuk menggunakan mereknya tanpa

izin.³ Di samping itu, perlindungan hukum atas suatu merek baru akan didapatkan setelah pemilik merek mendaftarkannya. Hal ini sejalan dengan prinsip yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang menganut prinsip konstitutif yang artinya adalah hak atas merek diberikan kepada pihak yang pertama kali mendaftarkannya, bukan menggunakannya. Sedangkan Undang-Undang Merek pertama yakni Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 menganut sistem deklaratif yang mana hak eksklusif atas merek diberikan kepada pemilik merek yang pertama kali menggunakannya. Ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 21 tahun 1961 merupakan pengoperan ketentuan Undang-Undang Merek buatan Belanda.⁴

Namun, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis mengatur pembatasan dalam hal pendaftaran merek yakni tidak semua permohonan pendaftaran merek dapat diterima dikarenakan adanya ketentuan berkenaan merek yang tidak dapat didaftar dan ditolak. Sehingga dalam mengajukan pendaftaran merek harus ada prinsip itikad baik dari pendaftar. Apabila seseorang berusaha mendaftarkan suatu merek padahal ia sudah menyadari merek tersebut sama dengan merek pihak lain maka permohonan tersebut akan ditolak.⁵

Pasal 20 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menegaskan bahwa ada beberapa hal yang menyebabkan

³ Tim Lindsey, dkk, eds., *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar* (Bandung: PT Alumni, 2002), 8

⁴ Muhamad Djumhana & R. Djubaedillah, *Hak Milik Intelektual* (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2014), 211.

⁵ *Ibid*, 3.

pendaftaran merek tidak diterima diantaranya yaitu merek yang akan didaftarkan bertentangan dengan ideologi negara atau peraturan perundang-undangan yang ada, agama, moralitas serta alasan lainnya. Sedangkan ketentuan pendaftaran merek yang dapat ditolak diatur dalam Pasal 21 yang menyebutkan bahwa permohonan pendaftaran ditolak jika merek tersebut mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek terdaftar milik pihak lain atau merek terkenal milik pihak lain baik untuk barang dan/atau jasa yang sejenis maupun tidak sejenis, serta dengan Indikasi Geografis terdaftar.

Dalam rumusan Pasal 21 tersebut secara jelas juga mengatur mengenai perlindungan merek terkenal. Merek terkenal adalah merek yang memiliki reputasi tinggi yang bisa dibuktikan dengan banyaknya pengetahuan masyarakat atas merek tersebut. Selain itu, perlindungan terhadap merek terkenal diatur pula dalam *The Paris Convention for the Protection of Industrial Property* atau yang secara singkat biasa disebut dengan Konvensi Paris dan *Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights* (Perjanjian TRIPS). Konvensi Paris memberikan perlindungan terhadap merek terkenal yang dirumuskan dalam Pasal 6 bis Konvensi Paris dengan menetapkan aturan bahwa negara-negara peserta Konvensi dapat secara *ex officio* (jika diperbolehkan oleh perundang-undangan mereka) atau atas permintaan dari pihak yang berkepentingan, menolak atau membatalkan pendaftaran suatu trademark yang merupakan reproduksi, imitasi atau terjemahan belaka yang dapat menimbulkan kekeliruan dari suatu merek yang

dianggap oleh instansi berwenang di dalam negeri pendaftaran atau pemakaian merek itu sebagai merek yang terkenal sekali (*well-known trademark*).⁶ Oleh karena Indonesia meratifikasi Konvensi Paris melalui Keppres Nomor 15 Tahun 1997 maka Indonesia terikat pada ketentuan-ketentuan Konvensi Paris tersebut.

Ketentuan ini kemudian dipertegas dalam Pasal 16 ayat (2) TRIPs *Agreement* yang menyatakan bahwa rumusan Pasal 6 bis Konvensi Paris harus diterapkan untuk jasa. Dalam menentukan apakah suatu merek dagang terkenal negara anggota harus melihat banyaknya pengetahuan tentang merek dagang dari pemasaran merek dagang tersebut termasuk pengetahuan di negara yang itu sendiri. Kemudian Pasal 16 ayat (3) TRIPs *Agreement*, menegaskan bahwa Pasal 6 bis Konvensi Paris berlaku terhadap barang atau jasa yang tidak serupa dengan mempertimbangkan adanya kaitannya dengan produk dengan pemilik merek terkenal dan adanya kemungkinan pemilik merek terkenal dirugikan oleh penggunaan tersebut.

Dalam mempertimbangkan suatu merek dikategorikan sebagai merek terkenal atau bukan, dapat mengacu pada yurisprudensi Mahkamah Agung Republik Indonesia Nomor 1486K/Pdt/1991 tertanggal 28 November 1995 yang menjelaskan bahwa suatu merek termasuk ke dalam pengertian merek terkenal atau *well-known mark* apabila merek tersebut sudah beredar di luar regional bahkan sampai batas internasional, sehingga apabila suatu merek terbukti telah didaftarkan di banyaknya negara sehingga dapat dikategorikan

⁶ Sudargo Gautama, *Hukum Merek Indonesia* (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 1989), 158.

sebagai *well-known mark*. Untuk memperjelas lagi, WIPO juga memberikan kriteria yang dapat menggolongkan suatu merek ke dalam golongan merek terkenal diantaranya adalah pengetahuan masyarakat terhadap merek tersebut, luasnya ruang lingkup penggunaan dan promosi merek, banyaknya wilayah yang merek tersebut daftarkan serta nilai yang berkaitan dengan merek tersebut.

Di samping pembatasan bahwa tidak semua permohonan pendaftaran dapat diterima, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis juga memberikan batasan dari hak eksklusif yang diberikan kepada pemilik merek yaitu dengan penghapusan dan pembatalan merek. Berdasarkan ketentuan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, permohonan penghapusan merek dapat dilakukan oleh tiga pihak yaitu pemilik merek yang bersangkutan, Direktorat Merek, dan pihak ketiga melalui gugatan. Pasal 74 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menyebutkan alasan penghapusan merek yang dapat dilakukan oleh pihak ketiga melalui gugatan ke Pengadilan Niaga dengan alasan merek tersebut tidak lagi digunakan dalam perdagangan selama 3 tahun berturut-turut atau sejak tanggal pendaftaran atau pemakaian terakhir.

Dari rumusan pasal tersebut, maka dapat dikatakan bahwa tidak semua merek terdaftar yang tidak digunakan selama 3 tahun berturut-turut sejak tanggal pendaftaran maupun pemakaian terakhir dalam perdagangan dapat dihapuskan pendaftarannya, tetapi hanya dapat dihapuskan dari daftar umum

merek apabila ada pihak ketiga yang mengajukan gugatan penghapusan pendaftaran merek ke Pengadilan Niaga.

Meningkatnya kesadaran dalam pentingnya pendaftaran merek di Indonesia, tidak terlepas dari adanya sengketa dalam merek dagang. Salah satunya ialah sengketa penghapusan pendaftaran merek AMAZON di Pengadilan Niaga Jakarta Pusat. Gugatan tersebut diajukan oleh Amazon Technologies Inc sebagai pihak ketiga terhadap Andrew Tanuwijaya dan Direktorat Merek sebagai turut penggugat ke Pengadilan Niaga Jakarta Pusat. Amazon Technologies Inc merupakan perusahaan ritel ternama dunia yang menyediakan rangkaian jenis barang dan jasa yang luas – segalanya dari “a” sampai “z” seperti barang-barang elektronik, produk-produk rumah pintar (*smart home*), perlengkapan dapur, dan lainnya, dengan menggunakan merek dan nama AMAZON sejak tahun 1994.

Amazon Technologies Inc telah berkembang menjadi pelaku retail terkemuka dengan memiliki marketplaces di 20 negara dan dapat melayani jasa pengiriman ke seluruh dunia termasuk Indonesia. Dengan demikian, merek AMAZON yang digunakan oleh Amazon Technologies Inc dapat dikategorikan ke dalam merek terkenal yang seharusnya mendapatkan perlindungan hukum.

Sengketa ini bermula saat permohonan pendaftaran merek AMAZON oleh Amazon Technologies Inc dengan nomor permohonan D002018049566 ditolak oleh Direktorat Merek untuk seluruh jenis barang di Kelas 9 dan Sebagian jenis barang di Kelas 11 dengan alasan adanya merek AMAZON

milik Andrew Tanuwijaya dengan jenis kelas yang sama. Kemudian atas penolakan tersebut, Amazon Technologies Inc mengajukan permohonan banding kepada Komisi Banding Merek.

Menurut penggugat merek AMAZON milik Andrew Tanuwijaya dengan jenis barang kelas 9 dan 11 tersebut tidak digunakan dalam aktivitas perdagangan selama 3 tahun berturut-turut. Dalil tersebut diperkuat dengan bukti hasil survey pasar yang dilakukan oleh lembaga survey independen. Sehingga sebagai pihak yang berkepentingan, Amazon Technologies Inc mengajukan gugatan penghapusan merek ke Pengadilan Niaga Jakarta Pusat pada 19 Oktober 2021 dengan register Nomor 67/Pdt.Sus-Merek/2021/PN.Niaga.kt.Pst. perkara tersebut diputus pada tanggal 13 September 2022 dengan amar ditolaknya gugatan Amazon Technologies Inc untuk seluruhnya dan diperkuat oleh putusan Mahkamah Agung Republik Indonesia Nomor 124K/Pdt.Sus-HKI/2023 pada tanggal 30 Januari 2023.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka yang menjadi pokok-pokok permasalahan yang akan penulis angkat dalam penulisan hukum ini yakni sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan ketentuan pendaftaran merek dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis?
2. Bagaimana pertimbangan hakim dalam memutus sengketa permohonan penghapusan merek AMAZON?

C. TUJUAN PENELITIAN

Dari rumusan permasalahan yang telah dikemukakan, maka tujuan yang hendak di capai dalam penulisan hukum ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui dan menjelaskan penerapan ketentuan pendaftaran merek dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.
2. Mengetahui dan menjelaskan pertimbangan hakim dalam memutus sengketa permohonan penghapusan merek AMAZON.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini memiliki kegunaan antara lain sebagai berikut:

- a. Memberikan pengetahuan dalam bidang hukum mengenai pengaturan merek terutama ketentuan pendaftaran merek dan penghapusan merek dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.
- b. Memberikan pengetahuan terkait perlindungan hukum merek terkenal.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini memiliki kegunaan antara lain sebagai berikut:

- a. Sebagai bahan referensi di bidang hak kekayaan intelektual terutama hukum merek.

- b. Sebagai bahan referensi terkait perlindungan hukum terhadap merek terkenal di Indonesia.
- c. Sebagai sosialisasi pengaturan hukum merek khususnya mengenai penghapusan dan pendaftaran merek.

E. METODE PENELITIAN

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penulisan hukum ini yaitu yuridis normatif. Dengan pendekatan normatif maka yang menjadi pokok kajiannya ialah hukum yang dikonsepsikan sebagai norma yang hidup dalam masyarakat kemudian menjadi patokan perilaku masyarakat itu sendiri. Sehingga pendekatan normatif lebih mengacu kepada pengaplikasian hukum positif, asas dan doktrin hukum yang berkembang, penemuan hukum, dan sebagainya.

Dalam pendekatan penelitian normatif ini dilakukan melalui pendekatan kasus (*case approach*) dan pendekatan undang-undang (*statute approach*). Menurut Peter Muhamad Marzuki, pendekatan kasus (*case approach*) dilakukan dengan cara menelaah kasus-kasus terkait dengan isu yang sedang dihadapi dan telah menjadi putusan yang mempunyai kekuatan hukum tetap. Sedangkan pendekatan undang-undang (*statute approach*) dilakukan dengan menelaah hukum positif di Indonesia yang

berkaitan dengan permasalahan yang dihadapi.⁷ Dalam penulisan hukum ini penulis menggali peraturan perundang-undangan terkait Merek.

2. Spesifikasi Penelitian

Dalam penulisan hukum ini, penulis menggunakan spesifikasi penelitian yakni deskriptif analitis. Penelitian deskriptif analitis bertujuan guna memberikan gambaran atau mendeskripsikan objek yang diteliti secara umum dan spesifik atau khusus berdasarkan data yang dikumpulkan secara sistematis.

3. Jenis Data

Menurut Ronny Hanitijo Soemitro, penelitian hukum normatif merupakan penelitian terhadap data sekunder.⁸ Sehingga data yang diperlukan dalam penulisan hukum dengan menggunakan pendekatan normatif ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya atau objek penelitian melainkan dari sumber lain.⁹ Data sekunder ini meliputi bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier yang meliputi:

a. Bahan Hukum Primer

Yaitu bahan hukum yang mempunyai kekuatan mengikat, meliputi norma dasar Pancasila, peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan isu hukum yang dihadapi diantaranya adalah sebagai berikut:

⁷ Suteki dan Galang Taufani, *Metodologi Penelitian Hukum (Filsafat, Teori, dan Praktik)* (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2022), 173.

⁸ Ronny Hanitijo Soemitro, *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1990), 11.

⁹ Suteki, *op.cit.*, 215.

- 1) Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 tentang Merek Perusahaan dan Merek Perniagaan
- 2) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek
- 3) Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek
- 4) Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek
- 5) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis
- 6) Peraturan Menteri Hukum dan HAM Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek
- 7) Peraturan Menteri Hukum dan HAM Nomor 12 Tahun 2021 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Hukum dan HAM Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek
- 8) Putusan Nomor 67/Pdt.Sus-Merek/2021/PN.Niaga.Jkt.Pst
- 9) Putusan Nomor 124K/Pdt.Sus-HKI/2023

b. Bahan Hukum Sekunder

Yaitu bahan hukum yang berkaitan erat dengan bahan hukum primer yang dapat memberikan penjelasan bahan hukum primer tersebut diantaranya ialah data yang didapatkan dari rancangan peraturan perundang-undangan, buku-buku, hasil karya ilmiah para sarjana, majalah-majalah hukum dan hasil penelitian yang berkenaan dengan isu hukum yang akan dibahas, terutama terkait pendaftaran dan penghapusan merek.

c. Bahan Hukum Tersier

Yaitu bahan hukum yang dapat memberikan penjelasan terkait bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder yang meliputi kamus hukum, Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), bibliografi, indeks kumulatif dan lainnya yang dapat dipergunakan sebagai informasi dalam penulisan hukum ini.

4. Metode Pengumpulan Data

Penelitian hukum normatif merupakan penelitian kepustakaan, yaitu penelitian terhadap data sekunder.¹⁰ Jadi metode pengumpulan data yang digunakan adalah berdasarkan studi kepustakaan. Menurut Soerjono Soekanto, studi kepustakaan merupakan cara untuk memperoleh data dari penelitian kepustakaan dengan mencari data dan keterangan-keterangan seperti membaca putusan pengadilan, buku, peraturan perundang-undangan dan lainnya berkaitan dengan isu hukum yang diangkat.¹¹

5. Metode Analisis Data

Berbagai data yang digunakan dalam penulisan hukum ini akan diolah melalui analisis data yang bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas dan mendalam terkait isu hukum yang dibahas. Metode analisis yang akan digunakan ialah secara kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor, metode kualitatif adalah sebagai prosedur penelitian yang nantinya memperoleh data deskriptif.¹² Tentunya dalam penulisan hukum ini guna menghasilkan deskripsi mengenai obyek yang diteliti, yaitu penghapusan

¹⁰ Ronny Hanitijo Soemitro, *op.cit.*, 53.

¹¹ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum* (Jakarta: UI Pres, 1986), 67.

¹² Suteki, *op.cit.*, 139.

pendaftaran merek yang tidak digunakan dalam perdagangan dalam jangka waktu tertentu dan kaitannya dengan ketentuan-ketentuan yang berkaitan dengan penghapusan pendaftaran merek.

F. SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika penulisan hukum ini mengacu pada Buku Panduan Tugas Akhir Program Studi Sarjana Hukum Universitas Diponegoro. Sistematika ini terbagi menjadi empat (4) Bab dan setiap Bab terdapat keterkaitan antara satu dengan yang lainnya. Adapun gambaran yang jelas mengenai penulisan hukum ini akan diuraikan dalam sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab ini berisi uraian tentang pendahuluan yang akan membahas latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian (memuat metode pendekatan penelitian, spesifikasi penelitian, jenis data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data), sistematika penelitian serta orisinalitas penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada Bab ini berisi sajian atau paparan mengenai teori-teori hukum, peraturan yang mengatur dan landasan pemikiran yang sesuai dengan permasalahan hukum yang diteliti yang terdiri dari Tinjauan Umum mengenai Hak Kekayaan Intelektual, Tinjauan Umum mengenai Merek dan Tinjauan Umum mengenai Administrasi Merek.

BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada Bab ini berisi tentang hasil penelitian sekaligus analisis atas permasalahan hukum yang diangkat penulis yakni terkait penerapan ketentuan pendaftaran merek dalam UU Nomor 20 Tahun 2016 dan menjelaskan pertimbangan hakim dalam memutus sengketa permohonan penghapusan merek dalam perkara nomor 67/Pdt.Sus-Merek/2021/PN.Niaga.Jkt.Pst.

BAB IV PENUTUP

Pada Bab terakhir ini digunakan sebagai penutup skripsi yang terdiri dari simpulan yang didapat dari penelitian hukum dan permasalahan yang diteliti penulis. Selain itu, berisi saran sebagai masukan dari penulis terkait permasalahan yang diangkat. Bab ini disajikan secara ringkas dan padat.

G. ORISINALITAS PENELITIAN

Penelitian Sebelumnya				Penelitian Sekarang
No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Kebaruan
1	Yuliyono (2010, Universitas Diponegoro)	Gugatan Penghapusan Pendaftaran Merek (Studi Kasus Gugatan Penghapusan Pendaftaran Merek TOP)	Tesis ini membandingkan UU No. 21 tahun 1961 yang menganut sistem deklaratif dengan UU No. 15 tahun 2002 menganut sistem konstitutif. Namun, terhadap merek yang	Penulis meneliti terkait penerapan ketentuan-pendaftaran merek dalam UU No 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dalam sengketa penghapusan pendaftaran

			didaftarkan sebelum berlakunya UU No. 15 tahun 2001 dapat mengajukan gugatan penghapusan pendaftaran merek sesuai dengan UU No. 15 tahun 2001.	merek dalam putusan No 6//Pdt.Sus-Merek/2021/Pn.Niaga.Jkt.Pst. Dimana UU No. 20 tahun 2016 yang menganut sistem <i>first to file</i> .
2	Roby Sanjaya (2016, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah)	Gugatan Penghapusan Pendaftaran Merek Atas Dasar Tidak Digunakan dalam Perdagangan (<i>Non Use</i>) (Analisis Putusan Mahkamah Agung Nomor 264/K/Pdt.Sus-HKI/2015)	Skripsi ini membahas alasan untuk dapat melakukan penghapusan terhadap merek terdaftar atas dasar <i>non use</i> (pasal 61 ayat 2) yang dalam praktiknya sulit dilaksanakan karena pembuktiannya sulit. Dalam kasus yang diangkat penelitian tersebut, dijelaskan pertimbangan hakim terhadap penghapusan merek IKEA milik Inter Ikea System B.V dinilai	Penulis meneliti ketentuan gugatan penghapusan pendaftaran merek oleh pihak ketiga yang datur dalam UU No. Tahun 2016 serta membahas pula kedudukan merek terkenal dalam UU tersebut. Dimana kasus yang diangkat penulis ialah sengketa antara Amazon Technologies INC yang dapat dikatakan sebagai merek terkenal

			<p>kurang cermat karena tidak memberi dasar pertimbangan terhadap unsur itikad tidak baik dari PT Ratania Khatulistiwa yang membonceng ketenaran merek IKEA milik Inter Ikea System B.V.</p>	<p>melawan merek Amazon milik Andrew Tanuwijaya.</p>
3	<p>Rizky Assyarif (2009, Universitas Indonesia)</p>	<p>Analisis Yuridis Terhadap Penghapusan Pendaftaran Merek Akibat Merek Tidak Dipergunakan dalam Kegiatan Perdagangan</p>	<p>Skripsi ini membahas terkait kriteria-kriteria yang menentukan penggunaan merek dalam kegiatan perdagangan. Dalam menentukannya menggunakan rumu-san “<i>genuine use</i>” yang tidak hanya menekankan pada kriteria adanya merek dalam kegiatan perdagangan, tetapi juga terdapat kriteria lain</p>	<p>Penulis meneliti ketentuan penghapusan pendaftaran merek berdasarkan ketentuan dalam UU No. 20 Tahun 2016 yang kemudian mem-bandingkan dengan UU Merek sebelumnya. Peneliti juga membahas terkait pertimbangan hakim dalam memutus sengketa permohonan</p>

			sehingga lebih melindungi pihak yang memiliki itikad baik dalam kegiatan perdagangan.	penghapusan merek dalam perkara nomor 67/PdtSusMerek/2021/PN.Niaga.Jkt.Pst.
--	--	--	---	---