

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Dalam perkembangan perekonomian dunia yang berlangsung sangat cepat, arus globalisasi dan perdagangan bebas serta kemajuan teknologi, telekomunikasi dan informasi telah memperluas ruang gerak transaksi barang dan atau jasa yang ditawarkan dengan lebih bervariasi, baik barang dan jasa produksi dalam negeri maupun barang impor. Oleh karena itu, barang dan jasa produksi merupakan suatu hasil kemampuan dari kreativitas manusia yang dapat menimbulkan Hak Kekayaan Intelektual (HKI).<sup>1</sup>

Hak Kekayaan Intelektual adalah hak kebendaan, hak atas sesuatu benda yang bersumber dari hasil kerja otak dan hasil kerja rasio. Hasil dari pekerjaan manusia yang menalar. Hasil kerjanya yaitu berbentuk immaterial, benda tak berwujud.

Di Indonesia, kekayaan intelektual untuk logo/symbol dagang sebagai kekayaan intelektual diberikan hak hukum berupa merek. Sebagai suatu tanda, merek digunakan agar konsumen dengan mudah mengenali suatu produk. Perlindungan hukum terhadap merek sangat perlu dilakukan karena semakin berkembangnya dunia perdagangan yang rawan terhadap terjadinya pelanggaran merek.

Apabila tidak diimbangi dengan masalah perlindungan hukum maka pembangunan nasional yang dicita-citakan tidak akan tercapai, malah semakin mengakibatkan ekonomi negara semakin merosot.

---

<sup>1</sup> Ivan Eka Syahputra, "Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Hak Merek Atas Pendaftaran Merek Baru dengan Itikad Tidak Baik (Studi Kasus Merek Extra Joss dengan Enerjos.)" (*Skripsi*, Fakultas Hukum Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, 2016), 1.

Apabila tidak diimbangi dengan masalah perlindungan hukum maka pembangunan nasional yang dicita-citakan tidak akan tercapai, malah semakin mengakibatkan ekonomi negara semakin merosot.<sup>2</sup>

Dalam Pasal 1 Angka 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menjelaskan merek adalah:<sup>3</sup>

*“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 kombinasidari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa”.*

Merek dagang merupakan salah satu kunci pertimbangan dalam keputusan bisnis. Merek dagang adalah nama atau simbol yang bersifat membedakan (baik berupa logo, cap/kemasan) untuk mengidentifikasi barang/jasa dari seorang penjual atau kelompok penjual tertentu. Merek dagang dapat menjadi *asset* bisnis dan usaha. Merek adalah modal intelektual yang memiliki nilai ekonomi yang dapat ditingkatkan nilainya dalam produk dan teknologi. Merek sangat erat dengan *bussines image*, *goodwil* dan reputasi. Berbeda dengan produk sebagai sesuatu yang dibuat di pabrik, merek dipercaya menjadi motif pendorong konsumen memilih suatu produk.<sup>4</sup>

Merek memiliki peranan penting dalam perkembangan ekonomi global, eksistensi dari merek itu sendiri berguna untuk membedakan produk yang sejenis. Apabila pemilik merek belum

---

<sup>2</sup> Ulfa Novita Sari, “Hak Merek Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (Studi Kasus Merek Usaha Dagang SateKMS di Kota Padang,)” *Jurnal UIN Sultan Syarif Kasim Riau* (2022): 2-3.

<sup>3</sup> Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

<sup>4</sup> Rohmah Miftahul Jannah, “Perlindungan Hak Merek Dagang dalam Perspektif Hukum Islam.” (*Skripsi*, Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2010), 1-2.

terdaftar maka dapat merugikan dirinya sendiri, disebabkan persaingan bisnis yang semakin ketat dan kemungkinan adanya penipuan atau adanya barang yang meniru dari merek tersebut.<sup>5</sup>

Hak merek begitu berharga dan menjadi alasan betapa pentingnya untuk mendaftarkan sebuah merek. Pemilik merek berhak atas perlindungan mereknya. Tetapi pada dasarnya sebuah merek memiliki persyaratan untuk didaftarkan, oleh karena itu merek harus didaftarkan di Jenderal Hak Kekayaan Intelektual. Pendaftaran sangat penting artinya bagi produsen, karena konsumen akan membeli produk dengan merek (cap, simbol, lambang, dan sebagainya) yang tentunya memiliki kualitas dan aman untuk dikonsumsi.<sup>6</sup> Namun demikian, harus diakui, di Indonesia masih rendahnya pendaftaran hak merek oleh kreator domestik.<sup>7</sup> Banyak dari usahawan dan produsen tidak begitu peduli akan pentingnya mendaftarkan sebuah merek dagang, begitu banyak sekali kendala serta alasan mengapa tidak didaftarkannya merek dagang tersebut. Salah satu yang peneliti temukan adalah dari produk pakaian *Nobleseed\_id*. Sebagaimana dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis BAB II Pasal 3 bahwa “Hak atas Merek diperoleh setelah Merek tersebut terdaftar”.<sup>8</sup> Maka untuk mendapatkan perlindungan hukum Merek, pemilik produk harus mendaftarkan produknya ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual.

---

<sup>5</sup> Nadira Ramadhanty dan Wayan Wiryawan, “Akibat Hukum Tidak didaftarkannya Merek Dagang Produk Kue Kering Toko “Madame Patisserie,” *Jurnal Hukum Bisnis, Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Udayana*, 4-5.

<sup>6</sup> Dewi Rukmana, “Akibat Merek Hukum Dagang yang belum Terdaftar Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.” (*Skripsi, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon*, 2022), 5.

<sup>7</sup> AAA. Ngr. Sri Rahayu Gorda, Putu Eva Ditayani Antari, dan Ida Ayu Ketut Artami, “Sosialisasi Hak Cipta dan Hak Merek pada Kelompok Usaha Kecil dan Menengah (UKM) sebagai Aset Bisnis di Era Industri Kreatif (Sosialisasi Hak Merek dan Hak Paten pada Masyarakat Desa Celuk Kabupaten Gianyar,)” *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol. 1, No.1 (Juni, 2020), 28.

<sup>8</sup> Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis BAB II Pasal 3.

Berikut hasil pencarian data merek *Nobleseed\_id* dari portal Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual:



**Gambar 1.1 Pangkalan Data Kekayaan Intelektual**

Di atas terlihat bahwa merek *Nobleseed\_id* tidak terdaftar di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Dengan adanya sebuah merek dagang yang tidak didaftarkan secara resmi melalui Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual sebenarnya jelas akan menimbulkan akibat bagi usaha yang didirikan, akibatnya bisa memunculkan berbagai kendala dan menjadi salah satu faktor penghambat bagi berjalannya usaha tersebut. Berbicara mengenai persoalan akibat dari tidak didaftarannya sebuah merek dagang, maka peneliti akan melakukan analisis terkait persoalan bagaimana merek bisa didaftarkan dan bisa langsung mendapatkan perlindungan hukum dan akibat apa saja yang akan didapatkan jika merek dagang tidak didaftarkan secara resmi.<sup>9</sup> Salah satu merek yang tidak didaftarkan kepada Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual adalah merek *Nobleseed\_id*.

*Nobleseed\_id* adalah merek yang bergerak di bidang produk pakaian seperti *T-Shirt*, kemeja, dan *crewneck*. *Nobleseed\_id* telah berdiri sejak bulan Mei Tahun 2019. Sayangnya penjualan *Nobleseed\_id* barutersediadi Shopee dan Instagram, pengirimannya melalui *worldwide shipping*. Namun hingga saat ini merek

<sup>9</sup> Dewi Rukmana, "Akibat Hukum Merek Dagang yang Belum Terdaftar Berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis (Studi Kasus Pada Home Industri Kue Makece Cirebon dan Aneka Kue Kering Arin Mudawammah)." (*Skripsi*, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon, 2022), 7.

*Nobleseed\_id* belum juga mendaftarkan mereknya ke Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual, sehingga muncul pertanyaan dari penulis yaitu apa saja hambatan dan upaya dalam pendaftaran merek *Nobleseed\_id*, dan bagaimana akibat hukum dari merek yang tidak terdaftar perspektif Hukum Ekonomi Syariah dan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis pada merek *Nobleseed\_id*. Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut di atas, maka peneliti ingin mengkaji penelitian dengan judul **“AKIBAT HUKUM MEREK DAGANG YANG TIDAK TERDAFTAR PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH DAN UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS”**.

## **B. Perumusan Masalah**

### **1. Identifikasi Masalah**

#### **a. Wilayah Kajian**

Penelitian ini mengkaji mengenai Akibat Merek Hukum Dagang yang tidak Terdaftar Perspektif Hukum Ekonomi Syariah dan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Penelitian ini tergolong dalam wilayah kajian Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual dengan topik kajian Hak Merek.

#### **b. Jenis Masalah**

Jenis masalah pada penelitian ini adalah mengenai alasan mengapa merek *Nobleseed\_id* belum mendaftarkan Mereknya kepada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, apa saja hambatan dan upaya dalam pendaftaran merek *Nobleseed\_id*, dan bagaimana akibat hukum dari merek yang tidak terdaftar perspektif Hukum Ekonomi Syariah dan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis pada merek *Nobleseed\_id*.

c. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah perlu dilakukan dalam sebuah penelitian guna menghindari meluasnya cakupan pembahasan masalah dalam penelitian. Oleh karena itu penulis membatasi masalah yang diteliti agar tidak terjadi perluasan masalah serta agar penelitian ini menjadi lebih terarah. Dengan demikian, pembatasan masalah dalam penelitian ini hanya pada Akibat Merek Hukum Dagang yang belum Terdaftar Perspektif Hukum Ekonomi Syariah dan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, maka disini peneliti mengidentifikasi beberapa masalah pokok yang dibahas, sehingga muncul pertanyaan-pertanyaan peneliti sebagai berikut:

- a. Apa saja hambatan dan upaya dalam pendaftaran merek *Nobleseed\_id*?
- b. Bagaimana akibat hukum dari merek yang tidak terdaftar perspektif Hukum Ekonomi Syariah dan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis pada merek *Nobleseed\_id*?

**C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui hambatan dan upaya dalam pendaftaran merek *Nobleseed\_id*.
- b. Untuk mengetahui akibat hukum dari merek yang tidak terdaftar perspektif Hukum Ekonomi Syariah dan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis pada merek *Nobleseed\_id*.

2. Kegunaan Penelitian

Dalam suatu penelitian atau pembahasan suatu masalah yang dilakukan tentunya diharapkan dapat memberi manfaat dan berguna bagi pihak-pihak yang tertarik dan berkepentingan dengan masalah-masalah yang diteliti dan dibahas, diantaranya adalah:

a. Kegunaan Teoritis

Diharapkan dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya yang berkaitan dengan Akibat Merek Hukum Dagang yang belum Terdaftar Perspektif Hukum Ekonomi Syariah dan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Serta diharapkan agar penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya mengenai strategi dalam penjualan atau usaha bisnis.

b. Kegunaan Praktis

1) Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat digunakan untuk menambah wawasan berfikir peneliti mengenai Akibat Merek Hukum Dagang yang belum Terdaftar Perspektif Hukum Ekonomi Syariah dan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

2) Bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan bagi konsumen tentang Akibat Merek Hukum Dagang yang belum Terdaftar pada Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual.

3) Bagi Perusahaan (*Nobleseed\_id*)

Hasil penelitian ini diharapkan memberi informasi kepada pihak perusahaan agar perusahaan lebih memperhatikan perihal pentingnya mendaftarkan mereknya agar terhindar dari persaingan usaha dan penjiplakan merek dan mendapatkan perlindungan

hukum mereknya.

4) Bagi Akademik

Sebagai perbendaharaan referensi kepustakaan bagi Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon serta dapat menambah pengetahuan dan informasi bagi pembaca.

#### D. Penelitian Terdahulu

Di samping menggunakan buku-buku yang relevan, peneliti juga melihat hasil penelitian terdahulu agar tidak terjadi kesamaan secara menyeluruh. Adapun penelitian terdahulu yang membahas tentang perlindungan hak merek, yaitu:

*Pertama*, Skripsi Nifta Countessa dengan judul “Tinjauan Yuridis Pelanggaran Hak Merek Terhadap Persamaan Merek Dagang Obat (Studi Kasus Merek Neurobion dengan Bioneruo)”, yang menjelaskan bahwa Hak merek sebagai tertulis masih kurang diketahui dan dimengerti masyarakat sertakurangnya rasa minat dan ingin tahu masyarakat terhadap peraturan hukum dan minimnya penyuluhan hukum. Salah satu permasalahan pelanggaran terhadap hak merek adalah sengketa hak merek dagang terhadap persamaan merek dagang obat neurobion dan bioneruo antara Merck Kga., (penggugat) melawan PT. Phapros Tbk., (tergugat). Dalam sengketa tersebut Merck Kga., menganggap PT. Phapros Tbk telah melakukan pelanggaran hak eksklusif dan hak merek dagang dengan mengklaim, meniru, dan mendaftarkan pada Hak Kekayaan Intelektual atas nama tergugat dan tanpa izin penggugat selaku pemilik merek.<sup>10</sup>

Terdapat persamaan antara penelitian terdahulu tersebut dengan penelitian yang peneliti lakukan, yaitu sama-sama membahas terkait hak merek. Perbedaannya, penelitian terdahulu

---

<sup>10</sup> Nifta Countessa, “Tinjauan Yuridis Pelanggaran Hak Merek Terhadap Persamaan Merek Dagang Obat (Studi Kasus Putusan Mahkamah Agung Nomor: 409 K/Pdt.Sus-HKI/2015.)”(Skripsi, Fakultas Hukum Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, 2017), 4.

tersebut menggunakan perspektif Undang-Undang Nomor 15 tahun 2001 tentang Merek, sedangkan peneliti menggunakan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Hak Merek dan Indikasi Geografis.

*Kedua*, Skripsi Citta Nirmala Anindita Palupi dengan judul “Akibat Hukum Penggunaan Nama Orang Terkenal Terhadap Merek Benu (Bengkel Susu) berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis” menjelaskan bahwa Akibat hukum yang timbul dari penggunaan nama orang terkenal terhadap merek Benu (Bengkel Susu) dapat menimbulkan akibat pembatalan merek, ganti rugi atas gugatan ganti rugi yang diajukan dan sanksi pidana. Bentuk tanggung jawab oleh pemegang merek Benu (Bengkel Susu) berupa pembatalan merek terdaftar yang diajukan oleh pemegang merek Benu (Bengkel Susu). Bentuk Penyelesaian yang dapat dilakukan dapat ditempuh dengan melalui upaya penyelesaian sengketa secara Litigasi (melalui lembaga pengadilan) dan penyelesaian sengketa secara Non Litigasi (melalui diluar pengadilan).<sup>11</sup>

Terdapat persamaan antara penelitian terdahulu tersebut dengan penelitian yang peneliti lakukan, yaitu sama-sama membahas terkait hak merek. Perbedaannya, penelitian terdahulu tersebut mengenai akibat dari pembatalan merek sedangkan peneliti meneliti akibat merek yang tidak terdaftar.

*Ketiga*, Skripsi Inka Scully Mumu dengan judul “Akibat Hukum Terhadap Persamaan Penggunaan Nama dalam Proses Pendaftaran Merek di Indonesia”, menjelaskan bahwa merek pada hakikatnya difokuskan untuk memberikan perlindungan kepada

---

<sup>11</sup> Citta Nirmala Anindita Palupi, “Akibat Hukum Penggunaan Nama Orang Terkenal Terhadap Merek Benu (Bengkel Susu) berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.” (*Skripsi*, Fakultas Hukum Universitas Jember, 2019.)

pemegang hak atas merek dengan tujuan melindungi seluruh hak dan perbuatan hukum yang ditimbulkan dari adanya keberadaan merek tersebut. Konvensi internasional juga memberikan perlindungan bagi merek untuk seluruh negara anggota konvensi internasional, dimulai dari *Paris Convention*, *TRIPs Agreement*, dan *Madrid Protocol*. Keberadaan konvensi internasional ini dianggap penting mengingat perlindungan merek juga meliputi merek asing dan merek terkenal dari tiap negara anggota, termasuk Indonesia yang turut meratifikasi. Adapun dalam pengaturannya di Indonesia sendiri mengharuskan adanya penggunaan nama yang berbeda-beda pada merek, dan tidak diperkenankan menggunakan nama yang sama dengan merek milik orang lain, karena akan menimbulkan kebingungan. Setiap merek yang telah didaftarkan tidak boleh digunakan oleh orang lain tanpa seizin pemegang hak merek tersebut karena hak merek bersifat eksklusif. Adapun dalam tiap proses pendaftaran merek di Indonesia menggunakan prinsip *first to file system* memberikan sedikit permasalahan antara pendaftar pertama dengan pemegang hak asli merek terkenal yang memicu terjadinya sengketa.<sup>12</sup>

Terdapat persamaan antara penelitian terdahulu tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, yaitu sama-sama membahas mengenai akibat hukum merek dan proses pendaftaran merek. Perbedaannya terletak pada metode dan objek penelitiannya.

*Keempat*, Skripsi Dewi Rukmana dengan Judul “Akibat Hukum Merek Dagang yang belum Terdaftar Berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis (Studi Kasus Pada Home Industri Kue MaKece Cirebon dan Aneka Kue Kering Arin Mudawammah)”, menjelaskan bahwa Hak merek begitu berharga dan ini menjadi alasan mengapa betapa pentingnya

---

<sup>12</sup> Inka Scully, Akibat Hukum Penggunaan Nama Orang Terkenal Terhadap Merek Benu (Bengkel Susu) berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.” (Skripsi, Fakultas Hukum Universitas Katolik De La Salle Manado, 2021).

untuk mendaftarkan sebuah merek dan memegang hak mereknya. Pemegang atau pemilik merek berhak atas perlindungan merek karena mereka telah melakukan upaya-upaya untuk membesarkan merek yang mereka gunakan. Tetapi pada dasarnya sebuah merek memiliki persyaratan untuk didaftarkan. Sistem administrasi merek begitu penting karena itu merek harus didaftarkan di Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual. Pada dasarnya perlindungan atas merek dalam syariat Islam kembali kepada perlindungan atas harta dan hak milik.<sup>13</sup>

Terdapat persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, yaitu sama-sama membahas mengenai akibathukum merek yang tidak terdaftar. Perbedaannya terletak pada objek penelitiannya.

*Kelima*, Jurnal Bernadetta Ides Bidhari, Ety Susilowati, dan Hendro Saptone dengan judul “Akibat Hukum Pelanggaran Merek Terkenal Prada Pada Produk Fashion di Indonesia (Studi: Putusan Pengadilan Niaga Jakarta Pusat No.200/Pdt.G/1998/PN.JkLPSL. Putusan Peninjauan Kembali No. 274 PK/Pd1/2003)”, menjelaskan bahwa Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa, sedangkan merek terkenal adalah merek dagang yang secara umum telah dikenal dan dipakai pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau badan, baik di wilayah Indonesia maupun di luar negeri. Merek terkenal sangat berkaitan dengan persaingan usaha tidak sehat yang berupa pelanggaran merek terkenal yaitu peniruan merek terkenal itu sendiri.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> Dewi Rukmana, “Akibat Hukum Merek Dagang yang belum Terdaftar Berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis (Studi Kasus Pada Home Industri Kue MaKece Cirebon dan Aneka Kue Kering Arin Mudawammah.” (*Skripsi*, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon, 2022.)

<sup>14</sup> Bernadetta Ides Bidhari, Ety Susilowati, dan Hendro Saptone, “Akibat Hukum Pelanggaran Merek Terkenal Prada Pada Produk Fashion di Indonesia (Studi: Putusan Pengadilan Niaga Jakarta Pusat No.200/Pdt.G/1998/PN.JkLPSL. Putusan Peninjauan Kembali No. 274 PK/Pd1/2003),” *Jurnal Diponegoro Law*, Vol. 1, No. 2 (Diponegoro, 2013): 1-2.

Terdapat persamaan antara penelitian terdahulu tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu sama-sama membahas mengenai merek.. Perbedaannya, penelitian terdahulu membahas mengenai akibat hukum pelanggaran merek sedangkan peneliti membahas tentang akibat hukum merek yang tidak terdaftar.

*Keenam*, Jurnal Rifzki Dhian Pramuvti dan Kholis Roisah dengan judul “Akibat Hukum Pengalihan Hak atas Merek Terdaftar Berdasarkan Akta Hibah Wasiat”, menjelaskan bahwa Pengalihan hak atas merek diatur di dalam Pasal 41 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, yang dalam hal ini hak atas merek terdaftar dapat beralih atau dialihkan karena hibah wasiat yang dalam hal ini setelah pengalihan hak atas merek terjadi, harus diikuti dengan penyerahan. Pengalihan hak atas merek dengan akta otentik yang dibuat oleh Pejabat umum atau Notaris memiliki kepastian hukum dengan anatomi akta yang sesuai dengan sebagaimana diatur di dalam pasal 38 Undang-undang Nomor 2 tahun 2014 tentang Jabatan Notaris. Sejauh isi perjanjian pengalihan hibah wasiat tersebut tidak dapat disangkal oleh para pihak, maka akta tersebut memperoleh kekuatan pembuktian yang sempurna untuk dijadikan alat bukti di Pengadilan. Peralihan Hak atas Merek kepada orang lain memiliki konsekuensi bahwa penerima hak merek wajib untuk mengurus dan membiayai pencatatan pengalihan hak atas merek secara resmi ke Direktorat Merek, Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual, dengan adanya peralihan melalui hibah wasiat tersebut, maka pemilik awal merek memberikan sertifikat asli merek dan surat kuasa untuk mengatur permohonan penyerahan hak atas merek.<sup>15</sup> Terdapat persamaan antara penelitian terdahulu tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu sama-sama membahas mengenai merek dan akibat hukum merek. Perbedaannya, penelitian terdahulu membahas mengenai akibat

---

<sup>15</sup> Rifzki Dhian Pramuvti dan Kholis Roisah, “Akibat Hukum Pengalihan Hak atas Merek Terdaftar Berdasarkan Akta Hibah Wasiat,” *Jurnal Notarius*, Vol. 11, No. 1 (Diponegoro, 2018): 130-131.

hukum merek yang sudah terdaftar sedangkan peneliti membahas tentang akibat hukum merek yang tidak terdaftar.

*Ketujuh*, Jurnal Nadira Ramadhanty dan Wayan Wiryawan dengan judul “Akibat Hukum Tidak didaftarkannya Merek Dagang Produk Kue Kering Toko *Madame Patisserie*”, menjelaskan bahwa Merek ialah tanda untuk mengidentifikasi asal barang dan jasa dari suatu perusahaan. Pendaftaran merek perlu dilakukan agar produk mendapat perlindungan hukum yang sah. Studi ini bertujuan untuk memahami pentingnya pendaftaran merek dagang pada suatu produk dan akibat hukum yang timbul apabila tidak didaftarkannya merek dagang terhadap produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha. Metode yang digunakan dalam studi ini adalah normatif dengan meneliti bahan kepustakaan yaitu Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis.

Hasil studi menunjukkan bahwa suatu produk mendapatkan perlindungan hukum setelah dilaksanakan pendaftaran merek dagang kepada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Produk yang sudah didaftarkan memiliki perlindungan hukum yang sah secara hukum. Perlindungan hukum terhadap merek dagang di Indonesia menganut asas *first to file system*, berarti pemilik produk yang pertama kali mendaftarkan mereknya akan memiliki perlindungan hukum yang sah dan tidak ada pelaku usaha yang dapat mendaftarkan merek yang sama. Akibat hukum yang timbul apabila tidak didaftarkannya suatu merek adalah pemilik merek tidak bisa mendapatkan hak atas merek dan merek tersebut tidak dapat dilindungi negara. Jika terjadi pelanggaran oleh pihak lain yang memanfaatkan atau melakukan tindakan peniruan terhadap merek tersebut tanpa hak atau izin maka pemilik merek tidak dapat melakukan upaya hukum karena tidak ada bukti yang sah bahwa pemilik merek adalah sekaligus pihak pertama yang menciptakan merek tersebut.<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> Jurnal Nadira Ramadhanty dan Wayan Wiryawan, “Akibat Hukum Tidak

Terdapat persamaan antara penelitian terdahulu tersebut dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu sama-sama membahas terkait akibat hukum merek yang tidak terdaftar. Perbedaannya terletak pada objek penelitiannya.

#### E. Kerangka Pemikiran

Kerangka Pemikiran adalah dasar pemikiran yang memuat perpaduan antara teori dengan fakta, observasi, dan kajian kepustakaan, yang akan dijadikan dasar dalam kegiatan penelitian. Dalam definisi tersebut, kerangka berpikir dibuat lebih identik untuk karya tulis ilmiah. Biasanya sudah mulai disusun sebelum melaksanakan kegiatan penelitian, yang memuat semua variabel penelitian yang akan dilakukan. Sehingga kerangka berpikir pada dasarnya adalah susunan seluruh variabel atausegala sesuatu yang nantinya membantu menjalankan penelitian dengan baik dan benar.<sup>17</sup>

Pada penelitian ini, peneliti mengawali kerangka pemikiran daripentingnya merek dalam sebuah produk, karna jika sebuah produk memiliki merek tetapi tidak didaftarkan akan menjadi sebuah masalah. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan hukum hukum positif yaitu Undang- Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Hak Merek dan Indikasi Geografis.

Merek adalah penggunaan nama, logo, *trade mark*, serta slogan untuk membedakan perusahaan perusahaan dan individu-individu satu sama lain dalam hal apa yang mereka tawarkan. Penggunaan konsisten suatu merek, simbol, atau logo membuat merek tersebut segera dapat dikenali oleh konsumen sehingga segala sesuatu yang berkaitan dengannya tetap diingat. Dengan demikian, suatu merek dapat mengandung tiga hal, yaitusebagai berikut:<sup>18</sup>

---

didaftarkanya Merek Dagang Produk Kue Kering Toko *Madame Patisserie*,” *Jurnal Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Udayana*, 3.

<sup>17</sup><https://deepublishstore.com/blog/kerangka-pemikiran/>. Diakses pada hari Rabu, 21 Juni 2023, Pukul 22.20 WIB.

<sup>18</sup><https://www.hestanto.web.id/pengertian-merek-brand/>. Diakses pada hari Kamis, 22 Juni 2023, Pukul 12.19 WIB.

- 1) Menjelaskan apa yang dijual perusahaan.
- 2) Menjelaskan apa yang dijalankan oleh perusahaan.
- 3) Menjelaskan profil perusahaan itu sendiri.

Sesuai pengertian merek yang diatur pada Pasal 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis pada dasarnya terdapat 3 (tiga) elemen merek yaitu: Tanda, Memiliki Daya Pembeda dan Digunakan untuk perdagangan barang dan/atau jasa. Daya pembeda (*distinctiveness*) dibedakan menjadi 2 (dua) yaitu:<sup>19</sup>

- 1) Alasan absolut (*absolut grounds*) → Pasal 20 yaitu jenis merek yang tidak dapat didaftar;
- 2) Alasan relatif (*relative grounds*) → Pasal 21 yaitu jenis merek yang ditolak.

Merek Dagang adalah Merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang sejenis lainnya.<sup>20</sup> Hak atas Merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik Merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri Merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya.<sup>21</sup>

Indikasi Geografis adalah suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang, yang karena faktor lingkungan geografis termasuk faktor alam, faktor manusia, atau kombinasi dari kedua faktor tersebut, memberikan ciri dan kualitas tertentu pada barang yang dihasilkan. Produk Indikasi geografis mendapat perlindungan setelah terdaftar atas dasar permohonan yang diajukan secara kolektif oleh lembaga masyarakat yang terdiri dari pihak petani, produsen barang, pembuat barang, pedagang. Indonesia memiliki

---

<sup>19</sup> <https://pdb-lawfirm.id/poin-penting-uu-no-20-tahun-2016-tentang-merek/>. Diakses pada hari Kamis, 22 Juni 2023, Pukul 12.36 WIB.

<sup>20</sup> Pasal 1 Angka 2 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

<sup>21</sup> Pasal 1 Angka 5 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

potensi produk indikasi geografis yang tersebar di seluruh Indonesia. Namun, masih banyak masyarakat di daerah masih belum mengetahui apa manfaat serta bagaimana proses pendaftaran indikasi geografis.<sup>22</sup>

**Bagan 1.1 : Kerangka Pemikiran**



UINSSC  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER  
SYEKH NURJATI CIREBON

<sup>22</sup> Kornelius Benuf dan Muhamad Azhar, "Metodologi Penelitian Hukum sebagai Instrumen Mengurai Permasalahan Hukum Kontemporer," *Jurnal Gema Keadilan*, Vol. 7, No. 1 (Juni, 2020): 23.

## F. Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian adalah ilmu mengenai jenjang-jenjang yang harus dilalui dalam suatu proses penelitian, atau ilmu yang membahas metode ilmiah dalam mencari, mengembangkan, dan menguji kebenaran suatu pengetahuan.<sup>23</sup>

Dari hasil pemaparan yang penulis kemukakan di atas perlu adanya metode penelitian yang dipakai untuk merumuskan dan menganalisa persoalan tersebut, yaitu:

### 1. Jenis, Metode, dan Pendekatan Penelitian

#### a. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif, yakni jenis penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alami, dimana peneliti sebagai instrumen kunci. Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis data bersifat induktif atau kualitatif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.<sup>24</sup>

#### b. Metode Penelitian

Metode dalam penelitian ini adalah metode deskriptif yaitu, suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan suatu hasil penelitian.<sup>25</sup> Dalam penelitian ini penulis akan menganalisis mengenai Akibat Merek Hukum Dagang yang belum Terdaftar Perspektif Hukum Ekonomi Syariah dan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

---

<sup>23</sup> Aries Vronica et al., *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2022), 13.

<sup>24</sup> Muhammad Ramadhan, *Metode Penelitian* (Surabaya: Cipta Media Nusantara, 2021), 7.

<sup>25</sup> Jonaedi Efendi dan Prasetijo Rijadi, *Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: Kencana, 2022), 188.

### c. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan empiris. Pendekatan empiris adalah suatu pendekatan penelitian yang digunakan untuk menggambarkan kondisi yang dilihat di lapangan secara apa adanya. Pendekatan empiris juga akan memberikan kerangka pembuktian atau pengujian untuk memastikan suatu kebenaran.<sup>26</sup> Pendekatan empiris ini diharapkan dapat menggali data dan informasi semaksimal mungkin tentang Akibat Hukum Merek Terhadap Pemilik Merek *Nobleseed\_id* yang tidak Terdaftar Perspektif Hukum Ekonomi Syariah dan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

## 2. Sumber Data

Data yang digunakan pada penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder, yaitu:

### a. Data Primer

Data Primer adalah data asli yang dikumpulkan sendiri oleh periset untuk menjawab masalah risetnya secara khusus.<sup>27</sup>

### b. Data Sekunder

Data Sekunder adalah kebalikan dari data primer yaitu data yang dikumpulkan oleh pihak lain.<sup>28</sup> Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah bentuk buku, internet, karya tulis, dan tulisan maupun artikel yang berhubungan dengan objek penelitian.

## 3. Metode Pengolahan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

<sup>26</sup> Istijanto, *Riset Sumber Daya Manusia* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005), 32.

<sup>27</sup> Istijanto, *Riset Sumber Daya Manusia*, 26.

a. Observasi

Observasi adalah bagian dalam pengumpulan data. Observasi berarti mengumpulkan data langsung dari lapangan. Data yang diobservasi dapat berupa gambaran tentang sikap, kelakuan, perilaku, tindakan, keseluruhan interaksi antar manusia.<sup>28</sup>

b. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden/orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara. Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan wawancara terstruktur.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pemberian atau pengumpulan bukti dan keterangan (seperti gambar, kutipan, guntingan koran, dan bahan referensi lain).<sup>29</sup>

4. Teknik Analisis Data

Miles dan Huberman menyebutkan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus pada setiap tahapan penelitian sampai tuntas. Proses analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis data Miles dan Huberman, yakni sebagai berikut:<sup>30</sup>

a. Reduksi Data

Pada hakikatnya reduksi data dimaksud sebagai proses pemilihan, pemusatan atensi pada penyederhanaan, pengabstrakan, serta transformasi data kasar yang timbul dari catatan-catatan tertulis yang terjadi di lapangan. Mereduksi

<sup>28</sup> Raco, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2010), 112.

<sup>29</sup> <https://www.detik.com/bali/berita/d-6409573/dokumentasi-adalah-mengenal-fungsi-kegiatan-dan-jenisnya>, Diakses pada hari Kamis, 22 Juni 2023, Pukul 13.49 WIB.

<sup>30</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019), 323.

data berarti merangkum data, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dan dicari tema serta polanya.

b. Penyajian Data

Penyajian data merupakan proses pengumpulan data yang disusun berdasarkan jenis ataupun pengelompokan-pengelompokan yang diperlukan. Penyajian data biasanya berbentuk tulisan ataupun kata-kata, gambar, grafik serta tabel. Penyajian data bertujuan untuk menggabungkan data sehingga bisa menggambarkan kondisi yang terjadi.

c. Verifikasi atau Penyimpulan Data

Verifikasi atau penyimpulan data ialah proses perumusan makna dari hasil penelitian yang diungkapkan dengan kalimat yang singkat, padat serta mudah dipahami dan dilakukan dengan cara berulang kali melakukan peninjauan mengenai kebenaran dari penyimpulan itu sendiri, khususnya yang berkaitan dengan relevansi serta konsistensinya terhadap judul, tujuan serta perumusan masalah yang ada. Verifikasi dilakukan sepanjang proses penelitian berlangsung, setelah data yang terkumpul dirasa cukup memadai berikutnya dapat diambil kesimpulan sementara. Akan tetapi jika dirasa data benar-benar lengkap berikutnya dapat diambil kesimpulan akhir.

5. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di tempat pemilik merek *Nobleseed\_id* yaitu di Desa Sliyeg, Kecamatan Sliyeg, Kabupaten Indramayu. Di samping itu, penelitian ini akan dilakukan pada bulan Oktober-Desember 2024.

**G. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dibuat untuk memudahkan pemahaman dan memberi gambaran kepada pembaca tentang penelitian yang diuraikan oleh penulis. Berikut sistematika penulisan yang digunakan

dalam penelitian ini antara lain:

**BAB I PENDAHULUAN.** Pada bab ini akan diuraikan secara garis besar permasalahan penelitian yang meliputi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu, kerangka berfikir, metode penelitian dan sistematika penulisan.

**BAB II LANDASAN TEORI.** Pada bab ini berisikan akibat hukum merek tidak terdaftar dan hukum ekonomi syariah. Teori ini didapat melalui studi kepustakaan dan studi internet untuk memudahkan proses pengerjaan dan penyusunan penulisan.

**BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.** Pada bab ini membahas gambaran umum lokasi mengenai dimana dan bagaimana merek Nobleseed\_id.

**BAB IV ANALISIS DATA.** Pada bab ini berisi jawaban atas rumusan masalah penelitian. Dalam bab ini, diuraikan mengenai Akibat Merek Hukum Dagang yang belum Terdaftar Perspektif Hukum Ekonomi Syariah dan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

**BAB V PENUTUP,** merupakan bagian terakhir dari penelitian ini yang terdiri dari kesimpulan dan saran. Kesimpulan merupakan uraian jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam rumusan masalah. Sedangkan saran berisi rekomendasi temuan dari penelitian ini.