BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi yang melanda dunia mempengaruhi berbagai sektor kehidupan. Globalisasi ini dipicu oleh kemajuan dibidang teknologi informasi dan transportasi. Bidang kehidupan yang paling dominan terpengaruh globalisasi adalah bidang perdagangan. Perdagangan antar bangsa sudah tidak lagi terikat pada batas-batas negara *(borderless world)*. Kemajuan perdagangan internasional menimbulkan kebutuhan akan pengaturan perdagangan secara internasional pula. Pemikiran-pemikiran untuk mengatur perdagangan secara internasional menggerakan negara-negara yang berkepentingan untuk mengadakan konvensi-konvensi, perjanjian-perjanjian yang sifatnya bilateral, regional, maupun internasional.

Berkaitan dengan perdagangan baik dalam negeri maupun perdagangan internasional, ada beberapa faktor yang harus diperhatikan setiap orang atau badan hukum dalam melakukan kegiatan perdagangan, seperti kualitas produk yang akan diperdagangkan, konsumen yang akan menjadi sasaran dari produk tersebut dan kegiatan pemasaran produk untuk distribusikan kepada konsumen. Di samping faktor-faktor tersebut yang tidak kalah pentingnya adalah faktor Hak Kekayaan Intelektual dalam melakukan perdagangan. Menurut Abdulkadir Muhammad,[1] Hak Kekayaan Intelektual merupakan basis industri modern yang bersumber pada

[1] Abdulkadir Muhammad, *Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2001, hlm: 13

penemuan baru, teknologi canggih, kualitas tinggi, dan standar mutu. Sehingga tepat apa yang diungkapkan M. Djumhana dan R Djubaidillah, bahwa Hak atas Kekayaan Intelektual telah menjadi bagian yang penting dan strategis, baik untuk produsen itu sendiri maupun terhadap negara untuk menjaga keunggulan produksi dan perdagangannya. Pertumbuhan suatu negara banyak bergantung pada aspek perdagangannya. Keunggulan dalam aspek perdagangan ditentukan oleh keunggulan komparatif yang berupa kemampuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang sangat berkaitan dengan Hak atas Kekayaan Intelektual.[2]

Menurut Pasal 1 angka 1 Undang-undang Merek No 15 Tahun 2001, 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 dipergunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa. Berdasarkan ketentuan di atas, terlihat jelas bahwa fungsi utama merek adalah untuk membedakan barang dan jasa produksi perusahaan lain yang sejenis. Dengan demikian merek merupakan tanda pengenal asal barang atau tanda yang bersangkutan dengan produsennya. Bahkan menurut Insan Budi Maulana. dkk merek dapat dianggap sebagai "roh" bagi suatu produk barang dan jasa.[3] Tidak dapat dibayangkan apabila suatu produk yang tidak memiliki merek, tentu produk yang bersangkutan tidak akan di kenal oleh konsumen. Oleh karena itu, apakah suatu produk itu baik atau tidak tentu memiliki merek sebagai tanda pengenal produk yang bersangkutan.

---

[2] M. Djumhana dan R. Djubaidillah, *Hak Milik Intelektual (Sejarah, Teori dan Prakteknya di Indonesia)* Citra Aditya Bakti, Bandung, 1997 hlm: 10.

[3] Insan Budi Maulana, dkk, *Kapita Selekta Hak Kekayaan Intelektual I*, Pusat Study Hukum UII Bekerjasama dengan Yayasan Klinik HAKI Jakarta, 2000, hlm: 91

Begitu pentingnya merek, sehingga produsen, pedagang, dan konsumen membutuhkan merek untuk produk barang atau jasa yang bersangkutan dengannya. Dari sisi produsen, merek digunakan sebagai jaminan nilai hasil produksinya, khususnya mengenai kualitas. Dari segi pedagang, merek digunakan untuk promosi barang-barang dagangannya guna mencari dan meluaskan pasar. Bahkan bagi konsumen merek adalah gengsi seseorang terletak pada merek barang yang dipakai atau jasa yang digunakan. Merek bukan sekedar ukuran kualitas tetapi seringkali menentukan gaya hidup, sehingga merek diperlukan untuk melakukan pilihan barang yang akan dibeli.

Pada masyarakat kita ada kecenderungan berorientasi pada pemakaian produk-produk luar negeri, apalagi kalau itu merek terkenal.[4] Akan tetapi daya beli masyarakat Indonesia yang rendah menyebabkan mereka lebih memilih barang atau jasa yang harganya murah walaupun mereka tahu bahwa merek pada barang atau jasa itu merupakan tiruan dan kualitasnya tidak sebaik dengan yang hargnya mahal.

Sama halnya dengan hak cipta dan paten serta Hak Kekayaan Intelektual lainnya, maka hak merek juga merupakan bagian dari Hak Kekayaan Intelektual maka dengan adanya ketentuan yang mengatur merek, Indonesia selangkah lebih maju dalam mengatasi pembajakan-pembajakan merek. Namun dalam praktek pelaksanaan perlindungan merek masih menghadapi kendala, misalnya

[4] Ismail Saleh, *Hukum dan Ekonomi*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1999, hlm: 51

pengetahuan dan pemahaman para penegak hukum terhadap merek yang masih perlu ditingkatkan[5].

Berdasarkan Undang-Undang Merek Nomor 15 Tahun 2001 yang dalam sistem pendaftarannya menganut sistem konstitutif, dimana hak merek diperoleh melalui pendaftaran yang artinya suatu merek diberikan karena adanya pendaftaran (*required by registration*) dan mutlak harus dilakukan dan apabila tidak didaftarkan tidak akan mendapatkan perlindungan.

Kenyataannya, perlindungan hukum bagi pemilik merek masih belum memuaskan. Belum semua para pelaku kejahatan di bidang hukum merek dijatuhi sanksi pidana yang pantas sesuai dengan Undang-undang Merek, meskipun dalam beberapa kasus ada pelaku kejahatan di bidang hukum merek yang telah diberikan sanksi yang sesuai dengan ketentuan yang diberikan oleh Undang-Undang Merek

Undang-Undang Merek Nomor 15 tahun 2001 menggolongkan delik dalam perlindungan hak merek ini sebagai delik kejahatan dan delik pelanggaran. Selain delik pelanggaran yang secara tegas disebut dalam Pasal 94, selebihnya adalah delik kejahatan, termasuk penggunaan indikasi asal sebagaimana diatur dalam Pasal 93, itu berarti pula bahwa terhadap percobaan untuk melakukan delik yang digolongkan dalam delik kejahatan tetap diancam dengan hukuman pidana (vide pasal 53 KUHP). Adapun ancaman pidana yang dimaksudkan tersebut termuat dalam Pasal 90, Pasal 91, Pasal 92, Pasal 93 dan Pasal 94 ayat 1 Undang-undang merek Nomor 15 tahun 2001, sebagai berikut:

---

[5] Insan Budi Maulana, *Op. cit,* hlm: 170

Barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan merek yang sama pada keseluruhannya dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan atau jasa sejenis yang diproduksi dan atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan atau denda paling banyak Rp. 1.000.000.0000,00 (satu milyar rupiah).[6]

Barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan merek yang sama pada pokoknya dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan atau jasa sejenis yang diproduksi dan atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan atau denda paling banyak Rp 800.000.000,00 (delapan ratus juta rupiah).

Barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan tanda yang sama pada keseluruhannya dengan indikasi geografis milik pihak lain untuk barang yang sama atau sejenisnya dengan barang yang terdaftar, dipidana dengan pidana penjara 5 (lima) tahun dan atau denda paling banyak Rp 1.000.000.000 (satu milyar rupiah)

Barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan tanda yang dilindungi berdasarkan indikasi asal pada barang dan jasa sehingga dapat memperdaya atau menyesatkan masyarakat mengenai asal barang atau asal jasa tersebut, dipidana penjara paling lama 4 (lima) tahun dan denda paling banyak Rp 800.000.000 (delapan ratus juta rupiah)

Barang siapa memperdagangkan barang dan atau jasa yang diketahui atau patut diketahui bahwa barang dan atau jasa tersebut merupakan hasil pelanggaran sebagaimana dimaksud dalam Pasal 90, Pasal 91, Pasal 92, dan Pasal 93 dipidana dengan pidana kurungan paling lama 1 (satu) tahun atau denda paling banyak Rp 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).

Selain hal tersebut, pihak yang dirugikan mengalami kesulitan dalam melaksanakan tuntutan ganti rugi pada pelaku kejahatan dibidang Hak Kekayaan Intelektual khususnya dalam bidang hukum merek.

Salah satu dari sekian banyak merek yang terdapat di Yogyakarta adalah Merek Kawedar yang didirikan sejak tahun 1974, bergerak dibidang perdagangan

---

[6] H. OK. Saidi, *Aspek Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, hlm: 402

home industri yaitu memproduksi makanan ringan dan telah terdaftar pada Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual dalam Daftar Umum Merek yang pusat pemasarannya terdapat di Yogyakarta.

Berdasarkan uraian dimuka, maka perlindungan hukum bagi pemilik merek dan merek barang atau jasa terhadap pelanggaran merek sangat dibutuhkan penanganan dan penegakan hukum yang adil dan bijaksana sebagai kunci suksesnya suatu perlindungan hukum terhadap merek barang atau jasa.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana perlindungan hukum terhadap pemilik Merek Kawedar berdasarkan Undang-undang No. 15 Tahun 2001 di Yogyakarta?
2. Bagaimana upaya hukum terhadap pelanggaran Merek Kawedar di Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

1 Tujuan Subjektif

Penelitian ini dilakukan untuk mencari data atau keterangan sebagai bahan penulisan skripsi dan sebagai tugas akhir dalam menyelesaikan studi di Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

2. Tujuan Obyektif

a) Untuk mengetahui bagaimana perlindungan hukum terhadap pemilik Merek Kawedar berdasarkan Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001

b) Untuk mengetahui bagaimana upaya hukum terhadap pelanggaran Merek Kawedar

D. Tinjauan Pustaka

Karya intelektual sangat sulit didefinisikan, tetapi pada umumnya hukum kekayaan itelektual melindungi gagasan-gagasan dari penggunaan atau peniruan oleh orang yang tidak berhak. Secara substantif, pengertian Hak Kekayaan Intelektual pada dasarnya merupakan hak milik yang timbul atau diperoleh dari hasil karya, karsa dan cipta dengan memakai kemampuan intelektual manusia. Dari definisi ini memberikan kejelasan inti dan objek yang diatur dalam Hak Kekayaan Intelektual adalah karya-karya yang timbul atau lahir karena kemampuan intelektual manusia.

TRIPs *(Trade Related Aspect of Intellektual Property Rights)* sendiri tidak mendefinisikan kekayaan intelektual, tetapi hanya menyebutkan kategori dari kekayaan intelektual dan Hak Kekayaan Intelektual terdiri dari:

1. Hak Cipta dan hak-hak yang berkaitan dengan hak cipta;
2. Merek;
3. Desain Industri;
4. Indikasi Geografis;
5. Paten;

6. Desain Rangkaian Elektronik Terpadu;

7. Rahasia Dagang;

8. Varietas Baru Tanaman;

Hak atas Merek sebagai bagian dari Hak Kekayaan Intelektual merupakan sesuatu yang biasa dipergunakan untuk mengidentifikasikan dirinya sendiri dalam pasar. Perusahaan-perusahaan cenderung ingin mencegah orang lain memakai mereknya, dengan pertimbangan bahwa suatu merek memerlukan waktu, usaha dan uang untuk memperoleh reputasi yang baik serta kepercayaan dari konsumen, yang mana diasosiasikan dengan merek yang biasanya digunakan oleh perusahaan.

Merek adalah suatu alat untuk membedakan barang dan jasa yang sejenis yang diproduksi oleh suatu perusahaan. Menurut Purwosutjipto, merek adalah suatu tanda, dengan mana suatu benda tertentu dipribadikan, sehingga dapat di bedakan dengan benda lain yang sejenis.[7] Menurut Molongraaf sebagaimana di kutip oleh M. Djumhana dan R. Djubaedillah, "merek yaitu dengan mana dipribadikanlah sebuah barang tertentu untuk menunjukan asal barang, dan jaminan kualitasnya sehingga bisa dibandingkan dengan barang-barang sejenis yang dibuat dan diperdagangkan oleh orang atau perusahaan lain".[8]

Dalam Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek dalam suatu pasalnya menyebutkan suatu pengertian tentang merek, yaitu dalam Pasal 1 angka 1, yaitu:

---

[7] Purwosutjipto, *Pengertian Pokok Hukum Dagang Indonesi,* Djambatan, Cetakan Ke-10, Jakarta, 1993, hlm: 88

[8] M. Djumhana dan R. Djubaedillah, *Op. Cit*, hlm: 154.

> 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 dipergunakan dalam perdagangan barang atau jasa.

Berdasarkan Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Merek tersebut, merek pada hakikatnya adalah suatu tanda yang memiliki daya pembeda. Yang di maksud daya pembeda adalah memiliki kemampuan untuk digunakan sebagai tanda yang dapat membedakan hasil perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lain. Tanda yang memiliki daya pembeda tersebut harus digunakan dalam perdagangan barang dan jasa. Apabila tidak digunakan dalam perdagangan barang atau jasa tidak dapat disebut sebagai merek.

Menurut Pasal 2 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001, ada 2 jenis merek, yaitu Merek Dagang dan Merek Jasa. Merek dagang adalah merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan pada seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang-barang sejenis lainnya (Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001). Merek jasa adalah merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa-jasa sejenis lainnya (Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001). Jadi perbedaan merek dagang dan merek jasa terletak pada pemakaian merek tersebut pada barang atau jasa.

Berdasarkan reputasi (*reputation*) dan kemashuran (*reknown*) suatu merek, merek dapat dibedakan dalam tiga jenis, yakni merek biasa (*normal marks*), merek terkenal (*well-known marks*), dan merek termashur (*famous marks*). Merek biasa adalah merek yang tergolong tidak memiliki reputasi tinggi.

Merek yang berderajat "biasa" ini dianggap kurang memberi pancaran simbolis gaya hidup baik dari segi pemakaian dan teknologi. Masyarakat konsumen melihat merek tersebut kualitasnya rendah.[9] Merek terkenal adalah merek yang memiliki reputasi tinggi, mempunyai kekuatan pancaran yang memukau dan menarik, sehingga jenis barang dan atau jasa apa saja yang berada di bawah merek itu langsung menimbulkan sentuhan keakraban (*familiar attachment*) dan ikatan mitos (*mythical context*) kepada segala lapisan konsumen.[10] Tingkat derajat merek yang tertinggi adalah merek termashur. Sedemikian rupa termashurnya di seluruh dunia, mengakibatkan reputasinya digolongkan sebagai "merek aristokrat dunia".[11]

Reputasi merek tidak hanya didasarkan pada pengetahuan umum masyarakat tetapi juga pada reputasi merek yang bersangkutan yang telah diperoleh karena promosi yang telah dilakukan oleh pemiliknya, reputasi suatu merek dapat dibuktikan dengan bukti pendaftaran merek tersebut.[12]

Dalam Undang-Undang Merek Nomor 15 Tahun 2001 perlindungan merek diatur pada Pasal 6 ayat (1b) yang menyatakan:

> Pemohonan harus ditolak oleh Diretorat Jenderal apabila Merek tersebut mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan Merek yang sudah terkenal milik pihak lain untuk barang dan atau jasa sejenis.

Pada umumnya pelanggaran atas merek memerlukan penanganan yang berbeda. Adapun bentuk-bentuk pelanggaran itu adalah:

---

[9] M. Yahya Harahap, *Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek di Indonesia Berdasarkan Undang-undang No 19 Tahun 1992*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1996, hlm: 80
[10] Ibid. hlm: 82-83
[11] Ibid, hlm: 85
[12] Sudargo Gautama Dan Rizwanto Winata, *Pembaharuan Hukum Merek Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung 1997, hlm: 57

1. Pendaftaran Merek Tanpa Hak

Pelanggaran ini dilakukan dengan cara mendaftarkan merek-merek yang sama baik pada pokoknya ataupun pada keseluruhannya. Pelanggaran ini sangat merugikan pemilik merek.

2. Pendaftaran Merek Tanpa Hak Disertai Pemakaian

Pada pelanggaran ini, si pelanggar tidak saja melanggar hak orang lain tetapi juga melakukan penyesatan dan pengelabuhan atas sumber dan kualitas dari barang yang dibubuhi merek tersebut. Yang dirugikan tidak saja pemilik merek tetapi juga masyarakat sebagai konsumen. Pemilik merek dirugikan karena terjadi perusakan citra atas merek mereka.

3. Pemakaian Merek Tanpa Hak

Pelanggaran jenis ini sebetulnya sama dengan kedua jenis pelanggaran yang tersebut diatas. Perbedaannya ialah yang terjadi pemakaian tanpa hak adalah bahwa produk yang dipalsukan benar-benar diusahakan sama dengan aslinya. Dalam pelanggaran ini yang dirugikan adalah pemilik merek dan konsumen.

Dalam mengatasi terjadinya pelanggaran atas merek tersebut, dapat dilakukan upaya-upaya perlindungan merek yang dapat dilakukan oleh badan atau lembaga pemerintah yang berwenang untuk menolak pendaftaran merek. Penolakan pendaftaran merek secara absolut telah diatur dalam Pasal 5 Undang-Undang Nomor 15 tahun 2001 tentang Merek, yang menyatakan: Merek tidak dapat didaftar apabila merek tersebut mengandung salah satu unsur dibawah ini:

a. Bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, moralitas agama, kesusilaan atau ketertiban umum;
b. Tidak memiliki daya pembeda;
c. Telah menjadi milik umum;
d. Merupakan keterangan atau berkaitan dengan barang dan jasa yang dimintakan pendaftarannya.

Pada prinsipnya, merek hanya dapat didaftarkan atas dasar permintaan yang diajukan pemilik merek yang beritikad baik. Jadi itikad baik dijadikan suatu alasan utama dalam meminta pembatalan terhadap pembatalan pendaftaran merek. Akan tetapi ada pengecualian tehadap pemilik merek terkenal, walaupun tidak terdaftar, pemilik merek dapat mengajukan gugatan untuk pembatalan pendaftaran pada direktorat jenderal. Hal itu dimaksudkan untuk memberikan perlindungan secara terbatas kepada pemilik merek terkenal asing yang tidak terdaftar dan mendorong pemilik merek terkenal asing untuk mendaftarkannya.

Pada umumnya apabila upaya-upaya perlindungan hukum terhadap merek tersebut diatas tidak berhasil maka dapat dilakukan penanganan melalui ketentuan-ketentuan hukum pidana dan hukum perdata.

Penanganan melalui ketentuan-ketentuan pidana diatur dalam pasal 90-95 Undang-Undang Nomer 15 tahun 2001 yang pada intinya meliputi 6 (enam) macam bentuk tindak pidana merek, yaitu:[13]

a. Menggunakan merek yang sama pada keseluruhannya dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan atau jasa sejenis yang

[13] H. OK. Saidin, *Op. Cit.*, hlm: 402

diproduksi dan atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan denda paling banyak Rp 1.000.000.000.- (satu miyar rupiah)

b. Menggunakan merek yang sama pada pokoknya dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan atau jasa sejenis yang diproduksi dan atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan denda paling banyak Rp 800.000.000.- (delapan ratus juta rupiah)

c. Menggunakan tanda yang sama pada keseluruhannya dengan indikasi geografis milik pihak lain untuk barang yang sama atau sejenisnya dengan barang yang terdaftar, dipidana dengan pidana penjara 5 (lima) tahun dan denda paling banyak Rp 1.000.000.000 (satu milyar rupiah)

d. Menggunakan tanda yang sama pada pokoknya dengan indikasi geografis milik pihak lain untuk barang yang sama atau sejenis dengan barang yang terdaftar, dipidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan denda paling banyak Rp 800.000.000 (delapan ratus juta rupiah)

e. Menggunakan tanda yang dilindungi berdasarkan indikasi pada barang dan jasa sehingga dapat memperdaya atau menyesatkan masyarakat mengenai asal barang atau asal jasa tersebut, dipidana penjara paling lamja 5 (lima) tahun dan denda paling banyak Rp 800.000.000 (delapan ratus juta rupiah)

f. Memperdagangkan barang dan atau jasa yang diketahui atau patut diketahui bahwa barang atau jasa tersebut merupakan hasil pelanggaran

(huruf a-e) dipidana dengan pidana penjara 1 (satu) tahun dan denda paling banyak Rp. 200.000.000 (dua ratus juta rupiah)

Direktorat jenderal juga mempunyai kewenangan untuk menolak pemohonan perpanjangan merek serupa atau sama dengan merek yang diajukan oleh pihak lain.

Berdasarkan Pasal 76 ayat 1 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 menyatakan bahwa pemilik merek terdaftar dapat mengajukan gugatan terhadap pihak lain yang secara tanpa hak menggunakan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya untuk barang atau jasa yang sejenis berupa gugatan ganti rugi dan atau penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek tersebut. Sedangkan dalam hukum perdata, pihak yang dirugikan dapat melakukan gugatan untuk meminta ganti rugi atas kerugian yang dideritanya, seperti yang diatur dalajm pasal 1365 KUHPerdata yang menyatakan bahwa tiap-tiap perbuatan yang melanggar hukum, yang membawa kerugian terhadap orang lain mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut.[14]

E. Metode Penelitian

Di dalam menguraikan dan membahas masalah yang ada penulis menggunakan metode penelitian sebagai berikut :

1. Teknik Pengumpulan Data

a. Penelitian Kepustakaan

[14] R. Subekti dan R. Tjitrosudibio, *Kitab Undang-undang Hukum Perdata*, Pradnya Paramita, Cetakan ketigapuluhsatu. Jakarta 2001, Hal: 346

Dari peraturan Perundang-undangan dan buku-buku yang ada kaitannya dengan yang akan dibahas sehingga didapatkan data.

Bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1). Bahan Hukum Primer, terdiri dari :

a). Kitab Undang-undang Hukum Perdata

b). Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek.

c). Aturan-aturan lain yang berhubungan.

2). Bahan Hukum Sekunder, terdiri dari :

a). Buku-buku mengenai hukum merek

b). Buku-buku mengenai perlindungan hukum terhadap merek.

c). Makalah-makalah yang berkaitan dengan merek

b. Penelitian Lapangan

1). Lokasi penelitian dilakukan di Daerah Istimewa Yogyakarta

2). Responden

a). Pemegang merek Kawedar

b). Kepala Kantor Wilayah Departemen Kehakiman dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Daerah Istimewa Yogyakarta.

3). Alat Pengumpulan Data

Wawancara, yaitu dilakukan dengan tanya jawab secara langsung dengan pihak yang bersangkutan.

4). Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini pengambilan sample digunakan model *Purposive Sampling*, yaitu pengumpulan sample berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yang dianggap mempunyai hubungan erat dengan populasi dan tujuan penelitian.

2. Teknik Analisis Data

a. Kualitatif

Yaitu data yang diperoleh dari hasil penelitian dikelompokan dan dipilih kemudian dihubungkan dengan masalah yang akan diteliti berdasarkan kualitas dan kebenarannya sehingga akan memperoleh kesimpulan dari masalah yang ada.

b. Deskriptif

Yaitu menggambarkan dengan menerangkan data yang diperoleh dari teori maupun hasil penelitian lapangan secara sistematis sehingga dapat menjawab permasalahan yang ada.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan mengenai Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Tinjauan Pustaka, Metode Penelitian.

BAB II TINJAUAN UMUM TENTANG HAK ATAS KEKEYAAN INTELEKTUAL

Bab ini menguraikan tentang Perkembangan Hak Kekayaan Intelektual, Ruang Lingkup Hak Kekayaan Intelektual, Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual

BAB III TINJAUAN UMUM TENTANG MEREK

Dalam bab ini menjelaskan mengenai Definisi Merek, Fungsi Merek, Jenis Merek, Sistem Pendaftaran Merek, Syarat-syarat Merek, Pengalihan Hak Atas Merek Terdaftar, Lisensi, Ketentuan Pidana Hak Atas Merek serta Sekilas Tentang Merek Kawedar

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

Bab ini adalah bab yang menjelaskan Pelaksanaan Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Merek Kawedar Berdasarkan Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 dan Upaya Hukum Apabila Terjadi Pelanggaran-Pelanggaran Terhadap Merek Kawedar

BAB V PENUTUP

Kesimpulan dan Saran