

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era sekarang yaitu era globalisasi membuka peluang untuk semua bangsa dan negara di dunia untuk dapat mengetahui potensi, kemampuan, dan kebutuhan masing-masing. Kendati pun yang mungkin terjadi dalam hubungan antarnegara di dasarkan pada upaya pemenuhan kepentingan secara timbal balik, namun justru negara yang memiliki kemampuan lebih akan mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Mengacu pada dua hal tersebut, upaya perlindungan terhadap hak atas kekayaan intelektual sudah saatnya menjadi perhatian, kepentingan, dan kepedulian semua pihak agar tercipta kondisi yang kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya kegiatan inovatif dan kreatif yang menjadi syarat batas dalam menumbuhkan kemampuan penerapan, pengembangan, dan penguasaan teknologi.

Dalam perbincangan masyarakat awam, permasalahan HKI biasanya hanya dikaitkan pada permasalahan merek, paten, dan cipta saja, padahal pengaturan masalah HKI sangatlah luas. Di Indonesia sendiri hal tersebut mulai terjadi sejak Indonesia meratifikasi *Convention Establishing The WTO* dengan Undang-Undang No. 7 Tahun 1994. Diratifikasinya konvensi pembentukan WTO sering kali juga di sebut

sebagai dimulainya sistem HKI modern di Indonesia.¹ Indonesia sendiri dikenal memiliki keragaman hayati yang luas dan tinggi, bahkan tergolong yang tertinggi di dunia. Bukan itu saja, namun negeri kita juga mempunyai beragam budaya dan karya tradisional. Namun tanpa disadari, banyak aset dan kekayaan intelektual lokal kita itu telah terdaftar di luar negeri sebagai milik orang asing. Kurangnya kesadaran akan pentingnya aset karya intelektual ini mengakibatkan kerugian yang besar bagi Indonesia.²

Maka dari itu semakin berkembangnya perdagangan antar negara ditandai dengan membaiknya sarana transportasi yang berakibat pemasaran barang menjadi luas dan dapat menyebabkan pemasaran dari suatu produk melewati batas-batas negara, maka untuk menjaga dan menjamin perlindungan hukum terhadap merek dagang maka pada tahun 1883 dibentuk perjanjian *TRIP's (Trade Relation Aspects o Intellectual Property Right)*. Dengan berkembangnya perekonomian yang semakin pesat karena hubungan antar bangsa yang menjadi saling tergantung dan perdagangan yang tidak terikat pada batas-batas negara dan para pemilik merek barang dan jasa saling memperoleh akses yang luas.³ Setelah berjalannya waktu, peranan merek menjadi sangat penting bagi negara untuk melindungi rakyatnya yang akan membuat suatu produk, kemudian

¹ Hery Firmansyah, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek*, Medpress Digital, Yogyakarta, 2013, Hal 2.

² Sutedi Adrian, *Hak Atas Kekayaan Intelektual*, Sinar Grafika, Jakarta, 2009, Hal 8.

³ Kurnia, Titon Slamet, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal di Indonesia Pasca Perjanjian TRIP's*, PT. Alumni, Bandung, 2011.

pemerintah Indonesia mengeluarkan landasan hukum yang berupa Undang-Undang tentang Merek.

Di Indonesia merek pertama kali diatur dalam UU No. 21/1961 tentang merek dagang dan merek perniagaan. Prinsip utama yang diatur dalam undang-undang ini adalah hak merek diperoleh melalui pemakaian pertama kali (*first to use system* atau *stelsel deklaratif*), artinya anggapan hukum timbul bahwa pemakai pertama adalah pihak yang berhak, sampai dapat terbukti sebaliknya. Selanjutnya UU No. 21/1961 diubah dengan UU No. 19/1992 tentang Merek, dengan beberapa perubahan mendasar. Selanjutnya untuk penyempurnaan dan kepraktisannya dibuat *single text* melalui UU No. 15/2001 tentang Merek. Namun pada tahun 2016 lalu pemerintah yang menangani yaitu Dirjen KI mengeluarkan UU yang telah direvisi dari UU sebelumnya menjadi UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek.

Merek sendiri merupakan hasil dari pemikiran dan kecerdasan manusia yang dapat terbentuk penemuan/penciptaan. Maka dari itulah merek yang termasuk bagian dari Hak Kekayaan Intelektual (HKI) atau *Intellectual Property Rights*. Hak Kekayaan Intelektual (HKI) timbul dari kemampuan intelektual manusia.⁴ Selain itu Kekayaan Intelektual ini sangat penting keberadaannya, terutama dalam bidang industri perdagangan suatu produk.

⁴ Hariyani Iswi, *Prosedur Mengurus HAKI (Hak Atas Kekayaan Intelektual) yang benar*, Yogyakarta : Pustaka Yustisia, 2010.

Pengertian Merek menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, pada Pasal 1 ayat (1), menyatakan “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 kombinasi dari 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.⁵ Pada UU ini membedakan merek kedalam tiga jenis, yaitu :

1. 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-barang sejenis lainnya.
2. 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 sejenis lainnya.
3. Merek Kolektif, adalah merek yang digunakan pada barang dan/atau jasa dengan karakteristik yang sama mengenai sifat, ciri umum, dan mutu barang atau jasa serta pengawasannya yang akan diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa sejenis lainnya.

⁵ Pemerintah Indonesia, 2016, *Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis*, Lembaran Negara RI Tahun 2016 No. 5953, Sekretariat Negara, Jakarta.

Berdasarkan definisi merek diatas, fungsi dari suatu merek adalah untuk membedakan barang-barang atau jasa sejenis yang dihasilkan oleh suatu perusahaan lainnya sehingga merek dikatakan memiliki fungsi pembeda. Selain fungsi pembeda dari berbagai literature.⁶ Merek merupakan bagian yang tidak terpisahkan kegiatan dari perekonomian dunia usaha. Merek atas barang lazim disebut sebagai merek dagang, yaitu merek yang digunakan dan/atau ditempelkan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang oleh beberapa orang atau badan hukum. Merek sebagai salah satu wujud karya intelektual memiliki peranan penting bagi kelancaran dan peningkatan perdagangan barang atau jasa dalam kegiatan perdagangan dan investasi. Merek (dengan *Brand Image*-nya) dapat memenuhi kebutuhan konsumen akan tanda pengenal atau daya pembeda yang teramat penting dan merupakan jaminan kualitas produk atau jasa dalam suasana persaingan bebas.⁷ Merek juga merupakan aset ekonomi bagi pemiliknya, yang bisa menghasilkan keuntungan besar, tentunya bila didayagunakan dengan memperhatikan aspek bisnis dan proses manajemen yang baik. Produsen yang mendaftarkan merek produk barang/jasa akan memiliki Hak Eksklusif, yaitu hak yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam daftar umum merek untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya.

⁶ Hery Firmansyah, *Panduan Memahami Dasar Hukum Penggunaan dan Perlindungan Merek*, Pustaka Yustisia, Yogyakarta, 2011, Hal. 34.

⁷Sutedi Adrian, *Loc. Cit.*, Hal. 2

Hak Eksklusif bukan merupakan monopoli yang dilarang sebagai persaingan usaha tidak sehat sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, namun justru merupakan hak yang bersifat khusus dalam rangka memberi penghormatan dan insentif pengembangan daya intelektual untuk sebuah persaingan sehat dan kesejahteraan masyarakat.⁸

Seiring berjalannya waktu dan perkembangan perekenomian yang semakin pesat khususnya di bidang perdagangan, permasalahan dalam Kekayaan Intelektual semakin mudah ditemukan. Salah satunya adalah banyaknya pelanggaran terhadap Merek Dagang dari suatu produk barang yang telah terdaftar. Kasus pelanggaran Merek Dagang tersebut biasanya para pelanggar ingin mendapatkan keuntungan dengan memanfaatkan merek dagang yang sudah terkenal, bahkan saat ini merek dagang lokal yang murni asli berasal dari Indonesia tidak luput dari tindak pelanggaran merek dagang tersebut. Ada 3 (tiga) bentuk pelanggaran merek yang perlu diketahui, yaitu :⁹

1. Pembajakan merek
2. Pemalsuan merek
3. Peniruan label dan kemasan suatu produk.

⁸ Prasetyo Hadi Purwandoko, *Problematika Perlindungan Merek di Indonesia*, dalam <https://prasetyohp.wordpress.com/problematika-perlindungan-merek-di-indonesia/>, diakses pada 19 Oktober 2019.

⁹ Hariyani Iswi, *Loc. Cit.*, Hal. 3.

Dengan pelanggaran merek yang mirip dengan pemalsuan merek adalah peniruan lebel dan kemasan produk. Pelaku peniruan ini bukanlah seorang criminal, akan tetapi lebih kepada persaingan yang melakukan perbuatan curang. Pelaku peniruan berusaha mengambil keuntungan dengan melakukan *passing off* yaitu mendompleng atas merek yang sudah terkenal, atau dengan cara memirip-miripkan produknya dengan produk ternama, dan ini banyak terjadi dalam praktek perdagangan saat ini. Hal ini terjadi karena adanya tempat atau daerah suatu negara yang dapat menjadi kekuatan yang memberikan pengaruh baik pada suatu barang karena dianggap sebagai daerah penghasil jenis barang bermutu. Perbuatan-perbuatan seperti ini dapat mengacaukan public berkenaan dengan sifat dan asal-usul merek.

Peredaran barang palsu, atau imitasi (biasa disebut KW) atau bermutu rendah tidak lepas dari beragam merek produk yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumen menjadikan konsumen memiliki berbagai macam pilihan tergantung daya beli atau kemampuan konsumen. Banyaknya permintaan konsumen dari kalangan menengah kebawah yang tidak mau ketinggalan trend dan menginginkan memiliki produk-produk ternama atau terkenal namun harganya terjangkau demi menunjang gaya hidup. Tidak jarang para pembelinya datang dari golongan menengah ke atas bahkan kalangan sosialita.¹⁰

¹⁰ Mamahit Jisia, 2013, *Perlindungan Hukum Atas Merek Dalam Perdagangan Barang Dan Jasa*, Jakarta, Vol. 1, No. 3

Maraknya peredaran barang palsu di pasar kian meresahkan banyak pihak, selain merugikan pemerintah, investor, atau pemegang merek, keberadaan barang palsu juga merugikan pelaku sector industry termasuk para pekerja dan konsumen, sebagai pengguna meskipun mereka secara langsung dapat membedakan merek terkenal dengan merek dengan merek terkenal palsu. Pemerintah dalam mengawasi produk bajakan harus melihat dalam sisi penegakkan hukumnya sehingga pelaku barang bajakan dapat ditindak tegas. Karena kurang optimalnya pengawasan aparat negara terhadap peredaran barang di pasaran tidak hanya mencederai persaingan usaha dan melukai hak konsumen, barang-barang palsu yang umumnya berasal dari dalam negeri sendiri maupun dari luar negeri akan berdampak negative bagi pendapatan negara.¹¹

Beberapa masalah pelanggaran merek merupakan perbuatan curang yang dilakukan oleh orang yang tidak bertanggung jawab dengan maksud mencari keuntungan berlipat dalam waktu singkat. Perbuatan seperti ini tidak jauh dari seperti seorang pencuri yang merampas hak milik orang lain. Beberapa contoh mengenai peniruan atau pembajak merek dagang yang sering dilihat. Kegiatan seperti ini dapat menimbulkan kerugian bagi produsen pemilik sah Merek Dagang yang di tiru atau dipalsukan tersebut. Salah satu produsen lokal yang sering mengalami pembajakan bahkan pemalsuan produk atas barang produksinya yaitu seperti merek Rabbani, Rabbani merupakan perusahaan garment yang bergerak dalam bidang

¹¹ Hasanah Sovia, *Penegakkan Hukum Perdagangan Barang-Barang KW*, Diakses Pada Senin, 21 Oktober 2019 Pukul 14:00 WIB.

retail busana muslim dengan tagline “*Professor Kerudung Indonesia*”¹². Produk busana muslim ini banyak sekali dibajak atau ditirukan, salah satunya produk kerudung yaitu jenis kerudung sekolah, hal ini tidak lepas dari popularitas produk tersebut di kalangan murid sekolah dan orang tua siswa.¹³

Merek lain yang bernasib sama yaitu pada merek Eiger, Eiger ini merupakan merek lokal yang memiliki produk peralatan berpetualang untuk mendaki gunung maupun kegiatan *outdoor* lainnya. Produk barang Eiger ini juga banyak dibajak atau ditirukan, seperti sandal, maupun tas ransel (*carrierbag*)¹⁴

Berdasarkan latar belakang tersebut bahwa masih banyak celah untuk melakukan pelanggaran merek di Indonesia terutama di Kota Semarang, maka dari itu perlu diadakan penelitian yang berhubungan dengan masalah perlindungan hukum terutama merek dagang yang ada di Wilayah Semarang atas ampunan dari Dirjen Haki, maka penulis tertarik untuk menulis skripsi dengan judul “PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PENIRUAN MEREK DAGANG BERDASARKAN UU NO. 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS DI KOTA SEMARANG”.

¹² Rabbani, *Company Profile*, <https://www.rabbani.co.id/page/company-profile.html>, Diakses pada Senin, 21 Oktober 2019, Pukul 14:49 WIB.

¹³ Pikiran Rakyat, *Rabbani Keluhkan Maraknya Pembajakan Merek Mereka*, <https://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/pr-01267347/rabbani-keluhkan-maraknya-pembajakan-merek-mereka-384462>, Diakses pada senin, 21 Oktober 2019 Pukul 15:30 WIB.

¹⁴ Wikipedia, *Eiger (Perusahaan)*, [https://id.wikipedia.org/wiki/Eiger_\(perusahaan\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Eiger_(perusahaan)), Diakses pada 21 Oktober 2019, Pukul 16:00.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perlindungan hukum terhadap peniruan merek dagang berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 di Kota Semarang ?
2. Bagaimana upaya Dirjen KI dalam penyelesaian masalah merek dagang terhadap peniruan merek di Kota Semarang ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian berdasarkan rumusan masalah yang telah penulis utarakan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui perlindungan hukum terhadap peniruan merek dagang berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 di Kota Semarang.
2. Untuk mengetahui upaya Dirjen KI dalam penyelesaian masalah merek dagang terhadap peniruan merek di Kota Semarang.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian diatas diharapkan dapat memberikan manfaat yang jelas, adapun manfaat yang ingin dicapai penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan hukum bagi pelaku usaha atau produsen yang sudah mempunyai merek

dagang maupun belum terkait perlindungan merek dagang dan jasa.

- b. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi pada penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan hak kekayaan intelektual terutama merek dagang.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai kepastian hukum dalam pelaksanaan perlindungan merek bagi produsen atau pelaku usaha.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Masyarakat.

Penelitian ini diharapkan dapat memberi pemahaman kepada masyarakat umum mengenai pentingnya perlindungan merek dagang dalam usahanya.

- b. Bagi Pengembang

Penelitian ini diharapkan dapat memberi pengetahuan serta masukan kepada pengembang terkait penerapan sanksi hukum bagi pelaku peniruan merek.

- c. Bagi Pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi kepada pemerintah atau instansi terkait mengenai prosedur mendaftarkan merek yang sah dan di lindungi.

E. Terminologi

1. Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum adalah tindakan atau upaya untuk melindungi masyarakat dari perbuatan sewenang-wenang oleh penguasa yang tidak sesuai dengan aturan hukum, untuk mewujudkan ketertiban dan ketentraman sehingga memungkinkan manusia untuk menikmati martabatnya sebagai manusia.

2. Peniruan

Peniruan adalah suatu pemikiran yang muncul dengan secara alamiah dan berujung tindakan mengenai proses memiripkan suatu objek.

3. Merek Dagang

Merek dagang adalah kata, slogan, simbol, atau desain (misalnya, nama merek atau logo) yang digunakan seseorang atau perusahaan untuk membedakan produk atau layanannya dengan produk atau layanan yang ditawarkan pihak lain.

4. Kota Semarang

Kota Semarang adalah ibu kota Provinsi Jawa Tengah, Indonesia sekaligus kota metropolitan terbesar kelima di Indonesia.

5. Undang-Undang No 20 Tahun 2016

Undang-undang no 20 tahun 2016 adalah Undang-undang yang mengatur mengenai Merek dan Indikasi Geografis, Undang-undang ini hasil revisi terbaru dari Undang-undang merek sebelumnya, yaitu Undang-undang no 15 tahun 2001.

6. Merek

Merek adalah kata, slogan, simbol, atau desain (misalnya, nama merek atau logo).

7. Indikasi Geografis

Indikasi geografis adalah suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang dan/atau produk yang karena faktor lingkungan geografis termasuk faktor alam, faktor manusia atau kombinasi dari kedua faktor tersebut memberikan reputasi, kualitas, dan karakteristik tertentu pada barang dan/atau produk yang dihasilkan.

F. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam menyusun skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Metode Pendekatan

Metode pendekatan yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah metode *Yuridis Sosiologis* yang artinya suatu penelitian yang dilakukan terhadap keadaan nyata masyarakat atau lingkungan masyarakat dengan maksud dan tujuan untuk menemukan fakta yang kemudian menuju pada identifikasi dan pada akhirnya menuju kepada penyelesaian, yaitu selain menggunakan asas dan prinsip hukum dalam meninjau, melihat, dan menganalisa masalah-masalah, penelitian ini juga meninjau bagaimana pelaksanaannya dalam praktek.¹⁵

¹⁵ Ali Zainuddin, *Metode Penelitian Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta, 2014, Hal 21.

2. Spesifikasi Penelitian

Spesifikasi penelitian ini bersifat deskriptif analitis yang berarti suatu metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya. Maka penelitian yang bersifat deskriptif analitis yaitu penelitian yang menerapkan atau melukiskan peraturan perundang-undangan yang berlaku yang dikaitkan dan dianalisa dengan teori-teori ilmu hukum mengenai perlindungan Hak Kekayaan Intelektual pada merek.¹⁶

3. Sumber Data

a. Data Primer

Merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian yaitu Dinas Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Provinsi Jawa Tengah.

b. Data Sekunder

Merupakan data yang diperoleh dengan menggunakan studi *literature* yang dilakukan terhadap buku-buku yang berhubungan dengan permasalahan kemudian data ini akan dihimpun dan dikaji oleh peneliti, selanjutnya terhadap peraturan perundang-undangan atau sumber bacaan lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

Data sekunder terdiri dari :

¹⁶ *Ibid*, Hal 22.

- 1) Bahan Hukum Primer
 - a) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945
 - b) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
 - c) Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek
 - d) Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis
- 2) Bahan Hukum Sekunder adalah bahan hukum yang memberi penjelasan bagi bahan hukum primer, terdiri dari buku-buku hasil penelitian, dokumen-dokumen dan hasil penelitian hukum dari pendapat pakar dan hukum yang berkaitan dengan pokok permasalahan.
- 3) Bahan Hukum Tersier adalah bahan hukum yang memberikan informasi tentang bahan hukum primer dan sekunder misalnya biografi, kamus Bahasa Indonesia dan ensiklopedia yang berkaitan dengan obyek penelitian.¹⁷

4. Teknik Pengumpulan Data

Suatu penelitian membutuhkan data yang lengkap, hal ini dimaksudkan agar data yang terkumpul benar-benar memiliki nilai validitas dan reabilitas yang cukup tinggi. Alat pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan cara.

- a. Wawancara

¹⁷ *Ibid*, Hal 23.

Wawancara adalah cara untuk memperoleh informasi dengan bertanya secara langsung kepada narasumber yang menjadi target wawancara yang bertujuan untuk mengumpulkan keterangan tentang kehidupan manusia serta pendapat-pendapat mereka. Dalam hal ini melakukan wawancara dengan bagian direksi Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual dan pedagang kaki lima.

b. Studi Kepustakaan

Melalui Studi Kepustakaan dengan cara mencari dan menemukan data sekunder sebagai bahan pelengkap data primer sekaligus untuk memberi penjelasan secara lebih.

5. Lokasi Penelitian

Lokasi yang menjadi objek dalam penelitian adalah Kantor Wilayah Kemenkumham Provinsi Jawa Tengah dan Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Jawa Tengah, yang terletak di Jalan Dokter Cipto No. 64, Kebonagung, Kecamatan Semarang Timur, Kota Semarang, Jawa Tengah.

6. Analisis Data

Setelah data terkumpul secara lengkap, maka tahap selanjutnya adalah analisis data. Analisis data adalah tahap yang sangat penting dan menentukan dalam setiap penelitian. Dalam tahap ini penulis berkewajiban melakukan pemilihan datum yang diperoleh. Sehingga seluruh data yang terkumpul dapat diolah sedemikian rupa sehingga

tercapai suatu kesimpulan. Data yang di analisis secara kualitatif akan dikemukakan dalam bentuk sistematis dengan menjelaskan hubungan antara berbagai jenis data kemudian semua data diseleksi dan diolah secara deskriptif sehingga selain memaparkan atau mengungkapkan dihadapan juga memberikan solusi atas permasalahan dalam penelitian tersebut.

G. Sistematika Penulisan

Dalam urutan sistematika penulisan skripsi penulis memberikan gambaran secara garis besar, penulis menggunakan sistematika penulisan hukum sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada Bab ini merupakan uraian pendahuluan yang memuat Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan penelitian, Manfaat Penelitian, Terminologi, Metode Penelitian, Sistematika Penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini merupakan uraian tinjauan pustaka yang meliputi Tinjauan tentang perlindungan hukum terkait dalam hukum dan perspektif islam, Tinjauan tentang Hak Kekayaan Intelektual terkait dalam definisi dan klasifikasi, Tinjauan tentang Merek terkait dalam istilah, jenis, fungsi, prosedur pendaftaran, permohonan, dan penyelesaian sengketa.

BAB III: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan data dari hasil penelitian dan pembahasan yang memuat tentang: Bagaimana perlindungan hukum terhadap peniruan merek dagang berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Bagaimana upaya Dirjen KI dalam penyelesaian masalah merek dagang terhadap peniruan merek di Kota Semarang.

BAB IV: PENUTUP

Dalam bab ini merupakan bab terakhir yang berisi simpulan dari pembahasan yang diuraikan di atas serta saran.