

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pesatnya perkembangan di Era Global, menjadikan segala bidang ikut berkembang. Perkembangan tersebut memberikan dampak pada bidang-bidang tertentu, seperti bidang teknologi, ekonomi, sosial, budaya, dan lain-lain. Dalam Jurnal *Legal Aspects of the use of Digital Technology Through Saria Online Transaction in Traditional Markets in Increasing Community Economy* menyebutkan bahwa *Economy is one of the three main pillars of development in the social and political side, Indonesia is a developing country in implementing national development.*¹ Apabila perubahan untuk perkembangan dilakukan dengan sangat cepat menyebabkan munculnya kesenjangan sosial antara individu. Kesenjangan sosial yang tinggi pada suatu negara akan mengakibatkan peningkatan pada angka kemiskinan. Dengan adanya fenomena sosial tersebut menjadikan tiap individu untuk membuka atau membuat suatu kegiatan usaha yaitu berwirausaha. Hal tersebut dilakukan oleh tiap individu agar terpenuhinya kebutuhan primer dalam kehidupan.

Kegiatan berwirausaha banyak dilakukan oleh masyarakat Indonesia, terutama oleh kalangan para pemuda. Hal tersebut dilakukan dengan maksud dapat membantu peningkatan dalam pertumbuhan ekonomi negara. Selain itu

¹ Andi Aina Ilmih, “*Legal Aspects of the use of Digital Technology Through Sharia Online Transactions in Traditional Markets in Increasing Community Economy*”, *International Journal of Law Reconstruction*, Vol.3, Issue 11, September 2019, hlm.115

dengan melakukan kegiatan berwirausaha akan menjadikan individu mendapatkan penghasilan yang lebih besar. Berdasarkan KBBI, Wirausaha adalah orang yang pandai atau berbakat dalam memahami produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk mengadakan produk baru hingga mengatur permodalan dan pemasarannya.² Dalam kegiatan berwirausaha akan menghasilkan produk dari usahanya baik itu bentuk jasa maupun barang. Hasil produk dari kegiatan usaha penting untuk dilengkapi dengan brand atau merek. Dengan adanya merek pada suatu produk akan menjadikan sebagai tanda atau ciri khas pada produk. Sehingga konsumen dapat membedakan antar produk dengan yang lainnya. Bagi produsen, merek dapat memberikan makna untuk menjaga reputasi dan produk mereka.

Merek mempunyai beberapa fungsi, yaitu sebagai *badge of origin*, *a piece of personal property*, dan sebagai *cultural resource*. Merek sebagai *badge of origin*, merupakan hak penting dalam perdagangan dan memperlihatkan hubungan erat antara barang, jasa dan orang yang mempunyai merek tersebut dengan asal barang, sedangkan *personal property*, mempunyai arti bahwa merek merupakan aset bagi pemilik merek, sehingga pemilik merek dapat menjual merek tersebut karena memiliki nilai ekonomi, sedangkan merek sebagai *cultural resource*, yaitu merek dapat dikaitkan dengan budaya suatu negara.³

Schachter mengemukakan bahwa Merek sebagai salah satu dari HKI merupakan tanda pembeda harus mempunyai single rational basis adalah

² <https://kbbi.web.id/wiraswasta>, diakses pada 03 September 2020

³ Patricia Loughlan, *Intellectual Property: Creative and Marketing Rights*, Sydney, 1998, hlm. 18

untuk menjaga keunikan sebuah merek, maka merek harus dilindungi sebagai species of property. Ini mempunyai maksud bahwa pemilik merek harus dilindungi ketika mereknya digunakan oleh pihak lain.⁴ Hak yang diberikan pada Merek, yaitu hak eksklusif guna mencegah pihak ketiga tanpa izinya untuk mempergunakan merek yang sama atau mirip dalam kegiatan perdagangan dan dalam hal demikian “*a likelihood of confusion shall be presumed*”.⁵ Maka dari itu perlunya perlindungan hukum terhadap merek

Perlindungan hukum terhadap merek di Indonesia diatur dalam Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Dalam pasal 1 ayat (1) dijelaskan bahwa 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.⁶ Sedangkan merek dagang diatur dalam pasal 1 ayat (2) yaitu, merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang sejenis lainnya.⁷ Hak yang diberikan atas suatu merek berupa hak eksklusif, yang diatur dalam pasal

⁴ Rika Ratna Permata dan Mutia Khairunnisa, “Perlindungan Hukum Merek Tidak Terdaftar Di Indonesia”, Jurnal Opinion Juris, Vol.19, Januari-April 2016, hlm.69

⁵ Achmed Zen Purba, *Hak Kekayaan Intelektual Pasca TRIPs*, Bandung:Alumni, Cetakan ke III, hlm. 73.

⁶ Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, Pasal 1 ayat (1)

⁷ Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, Pasal 1 ayat (2)

1 ayat (5). Sedangkan perlindungan hak atas merek hanya diberikan kepada pemilik merek yang sudah terdaftar saja, sebagaimana yang diatur dalam pasal 3 UU MIG. Perlindungan merek diberikan manakala terjadi suatu pelanggaran merek yang dilakukan oleh pihak yang tidak mempunyai hak terhadap suatu merek.⁸



Grafik 1. Database Merek Dagang Indonesia dari Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual pada 13 September 2020

Berdasarkan grafik tersebut bahwa pada tanggal 13 September 2020 dalam database merek dagang Indonesia dari Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual, telah terdaftar sebanyak 472.625. Maksudnya baru terdapat 472.625 merek dagang yang mendapatkan perlindungan hukum. Perlindungan hukum terhadap pemilik merek Indonesia merupakan suatu kewajiban apabila merek tersebut didaftarkan dan ini merupakan perlindungan yang bersifat preventif. Prinsip ini dikenal dalam hukum merek Indonesia sebagai sistem pendaftaran konstitutif, yaitu bahwa pendaftaran memberikan kepastian hukum bagi pemilik merek yang sah dan dapat dijadikan sebagai alat bukti apabila terjadi peniruan merek miliknya oleh pihak lain tanpa izin.⁹

⁸ Eny Mirfa, “Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terdaftar”, *Jurnal Hukum, Samudra Keadilan*, Vol.2 No.1, Januari-Juni 2016, hlm.66

⁹ Rika Ratna Permata dan Mutia Khairunnisa, *op.cit*, hlm.70

Sistem pendaftaran merek konstitutif maka yang dilindungi adalah pendaftaran pertama, tetapi pada kenyataannya pemilik merek tidak mendaftarkan mereknya karena ketidaktahuan dan minimnya mereka akan sistem pendaftaran yang menjadikan syarat mutlak bagi timbulnya hak, sehingga pemilik merek yang tidak mendaftarkan mereknya sering dirugikan dan dipergunakan oleh pihak lain tanpa izin tetapi dia mendaftarkan mereknya.¹⁰ Lalu apabila suatu merek dagang yang tidak terdaftar mendapatkan suatu permasalahan pada mereknya atau terdapat plagiat oleh pihak lain, adakah perlindungan hukum yang mengatur. Selain itu sangat disayangkan apabila merek biasa dan merek terkenal yang belum terdaftar tidak mendapatkan perlindungan hukum. Maka dari itu penulis tertarik untuk membahas dan meneliti karya ilmiah dalam bentuk skripsi dengan Judul **“Perlindungan Hukum Merek Dagang Biasa dan Terkenal yang Belum Terdaftar di Indonesia Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis”**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latarbelakang yang terurai tersebut, maka rumusan masalah dari penulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana proses dan manfaat pendaftaran merek dagang di Indonesia?
2. Bagaimana perlindungan hukum merek dagang biasa dan merek terkenal yang belum terdaftar di Indonesia?

¹⁰ Rika Ratna Permata dan Mutia Khairunnisa, op.cit, hlm.71

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui proses dan manfaat pendaftaran merek dagang di Indonesia.
2. Untuk mengetahui perlindungan hukum merek dagang biasa dan merek terkenal yang belum terdaftar di Indonesia.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian dari penulisan hukum ini diantaranya sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bahan kajian sebagai suatu usaha mengembangkan konsep pemikiran secara lebih logis dan sistematis untuk mengetahui bagaimana perlindungan hukum terhadap merek dagang di Indonesia sesuai dengan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat sebagai bahan referensi di bidang Hukum Kekayaan Intelektual khususnya mengenai hukum merek dagang. Sebagai langkah dalam mewujudkan pembangunan hukum nasional serta masyarakat yang adil dan sejahtera, dengan memberikan masukan untuk peningkatan stabilitas perekonomian Negara.

E. Terminologi

1. Pengertian Hukum

Secara umum hukum adalah himpunan peraturan-peraturan yang dibuat oleh yang berwenang dan yang disepakati oleh masyarakat dengan tujuan untuk mengatur tata kehidupan bermasyarakat yang mempunyai ciri memerintah dan melarang serta mempunyai sifat memaksa dengan menjatuhkan sanksi hukuman bagi mereka yang melanggar.¹¹

Keberadaan hukum bertujuan untuk melindungi setiap individu dari penyalahgunaan kekuasaan serta untuk menegakkan keadilan. Dengan adanya hukum di suatu negara, maka setiap orang di negara tersebut berhak mendapatkan keadilan dan pembelaan di depan hukum yang berlaku.¹²

2. Pengertian Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum adalah segala upaya yang dilakukan penegak hukum untuk melindungi hak-hak dari subjek hukum agar hak-hak tersebut tidak dilanggar. Dimana, penegakan hukum ini dijalankan sebagai upaya untuk menjalankan ketentuan hukum yang berlaku. Suatu perlindungan dapat dikatakan sebagai perlindungan hukum apabila mengandung berbagai unsur-unsur yaitu adanya perlindungan pemerintah

¹¹ R.Soeroso, *Pengantar Ilmu Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta, 2016, Hal.38

¹² <https://www.maxmanroe.com/vid/umum/pengertian-hukum.html>, diakses pada 3 September 2020

terhadap warganya, jaminan kepastian hukum, dan berkaitan dengan hak-hak warga negara.¹³

Menurut Muchsin, Perlindungan Hukum merupakan suatu hal yang melindungi subyek-subyek hukum melalui peraturan perundang-undangan yang berlaku dan dipaksakan pelaksanaannya dengan suatu sanksi. Perlindungan hukum dapat dibedakan menjadi dua, yaitu:¹⁴

- a. Perlindungan Hukum Preventif Perlindungan yang diberikan oleh pemerintah dengan tujuan untuk mencegah sebelum terjadinya pelanggaran. Hal ini terdapat dalam peraturan perundang-undangan dengan maksud untuk mencegah suatu pelanggaran serta memberikan rambu-rambu atau batasan-batasan dalam melakukan suatu kewajiban.
- b. Perlindungan Hukum Represif merupakan perlindungan akhir berupa sanksi seperti denda, penjara, dan hukuman tambahan yang diberikan apabila sudah terjadi sengketa atau telah dilakukan suatu pelanggaran.

3. Pengertian Merek

Merek adalah produk atau jasa yang dimensinya mendiferensiasikan merek tersebut dengan beberapa cara dari produk atau jasa lainnya yang dirancang untuk memuaskan kebutuhan yang sama. Perbedaan ini bisa fungsional, rasional atau nyata berhubungan dengan kinerja produk dari

¹³ <https://www.kelaspintar.id/blog/tips-pintar/perlindungan-dan-penegakan-hukum-di-indonesia-5974/>, diakses pada 3 September 2020

¹⁴ Muchsin, Perlindungan dan Kepastian Hukum bagi Investor di Indonesia, (Surakarta; Magister Ilmu Hukum Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret, 2003), Hal.20

merek. Perbedaan ini bisa juga lebih bersifat simbolis, emosional, atau tidak nyata berhubungan dengan apa yang direpresentasikan merek.¹⁵

Sedangkan menurut pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, 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.¹⁶

4. Pengertian Dagang

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Dagang adalah pekerjaan yang berhubungan dengan menjual dan membeli barang untuk memperoleh keuntungan.¹⁷ Selain itu dagang memiliki arti jual-beli, yang artinya suatu persetujuan dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan dan pihak lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan.¹⁸

5. Pengertian Merek Dagang

Merek dagang adalah salah satu jenis Hak Kekayaan Intelektual yang terdiri dari tanda, desain, atau ekspresi yang dapat dikenali untuk mengidentifikasi produk atau layanan yang didistribusikan ke pasar.

¹⁵ <https://www.hestanto.web.id/pengertian-merek-brand/>, diakses pada 03 September 2020

¹⁶ Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, Pasal 1 ayat (1)

¹⁷ <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/dagang>, diakses pada 03 September 2020

¹⁸ Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Pasal 1457 tentang Jual Beli

Merek dagang inilah yang membuat suatu produk atau jasa menjadi unik dan berbeda dengan bisnis sejenis lainnya, serta membuat pembeli atau pelanggan lebih mudah mengenali produk.¹⁹

Sedangkan menurut pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, 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.²⁰

6. Pengertian Terdaftar

Terdaftar memiliki kata dasar daftar, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) daftar adalah catatan sejumlah nama atau hal (tentang kata-kata, nama orang, barang, dan sebagainya) yang disusun berderet dari atas ke bawah.²¹ Sehingga terdaftar merupakan catatan atau hal yang sudah tercatat (tercantum, dimasukkan) dalam daftar yang ada.

7. Pengertian Indikasi Geografis

Secara yuridis pengertian Indikasi Geografis terdapat dalam pasal 1 ayat (6) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan 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

¹⁹ <https://kamus.tokopedia.com/m/merek-dagang/>, diakses pada 04 September 2020

²⁰ Pasal 1 ayat (2), Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

²¹ <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/daftar>, diakses pada 04 September 2020

dari kedua faktor tersebut memberikan reputasi, kualitas, dan karakteristik tertentu pada barang dan/atau produk yang dihasilkan.²²

F. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu proses atau cara untuk mendapatkan data valid dengan spesifik yang bertujuan dapat ditemukan, dibuktikan, atau dikembangkan, oleh pengetahuan tertentu sehingga dapat digunakan untuk memecahkan, memahami, dan mengantisipasi masalah dalam bidang tertentu.

Menurut Muhammad Nasir, pengertian metode penelitian adalah cara utama yang digunakan oleh para peneliti untuk mencapai tujuan dan menentukan jawaban atas masalah yang diajukan.²³ Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya:

1. Metode Pendekatan

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan dari penelitian ini, penulis menggunakan metode pendekatan *yuridis normatif*. Metode pendekatan yuridis normatif merupakan metode penelitian hukum yang mengkaji tertulis dari berbagai aspek, yaitu aspek teori, filosofi, sejarah, struktur dan komposisi, perbandingan, konsistensi, lingkup dan materi, penjelasan umum dan pasal demi pasal, formalitas dan kekuatan mengikat suatu undang-undang, serta bahasa hukum yang digunakan, tetapi tidak mengkaji implementasinya.

²² Pasal 1 ayat (6), Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

²³ <https://www.maxmanroe.com/vid/umum/metode-penelitian.html>, diakses pada 08 September 2020

Menurut Soerjono Soekantopendekatan yuridis normatif yaitu penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder sebagai bahan dasar untuk diteliti dengan cara mengadakan penelusuran terhadap peraturan-peraturan dan literatur-literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.²⁴

2. Spesifikasi Penelitian

Pada dasarnya penelitian ini adalah deskriptif analitis yaitu dengan melakukan deskripsi terhadap hasil penelitian dengan data sedetail mungkin serta menggunakan Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis yang kemudian disingkat sebagai UU MIG yang digunakan oleh penulis untuk membantu dalam penyelesaiannya menyelesaikan karya ilmiah tersebut.

3. Metode Pengumpulan Data

Dalam penulisan ilmiah, metode pengumpulan data merupakan dasar dari proses penyusunan karya ilmiah yang dilakukan oleh penulis, karena proses pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data sekunder.

Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh melalui media perantara atau secara tidak langsung yang berupa buku, catatan, bukti yang telah ada, atau arsip baik yang dipublikasikan maupun yang

²⁴ Soerjono Soekanto & Sri Mamudji, Penelitian Hukum Normatif (Suatu Tinjauan Singkat), Rajawali Pers, Jakarta, 2001, hlm. 13-14.

tidak dipublikasikan secara umum. Dengan kata lain, peneliti membutuhkan pengumpulan data dengan cara berkunjung ke perpustakaan, pusat kajian, pusat arsip atau membaca banyak buku yang berhubungan dengan penelitiannya. Kelebihan dari data sekunder adalah waktu dan biaya yang dibutuhkan untuk penelitian untuk mengklasifikasi permasalahan dan mengevaluasi data, relatif lebih sedikit dibandingkan dengan pengumpulan data primer.²⁵ Dalam studi kepustakaan data sekunder terbagi menjadi sebagai berikut:

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer adalah bahan hukum yang mengikat maupun membuat seseorang mematuhi, melaksanakan dan merasa terikat oleh hukum atau peraturan perundang-undangan dan putusan pengadilan. Bahan hukum primer pada penelitian ini antara lain:

- 1) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.
- 2) Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor 67 Tahun 2016 Tentang Pendaftaran Merek.
- 3) Keputusan Menteri Kehakiman Republik Indonesia Nomor: M.03-HC.02.01 Tahun 1991 Tentang Penolakan Permohonan Pendaftaran Merek Terkenal Atau Merek Yang Mirip Merek Terkenal Milik Orang Lain Atau Milik Badan Lain.

²⁵ <https://www.kanalinfo.web.id/pengertian-data-primer-dan-data-sekunder>, diakses pada 08 September 2020

4) Yurisprudensi Mahkamah Agung RI Nomor 022 K/HaKI/2002 tanggal 20 Desember 2002 Tentang Kriteria Merek terkenal.

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder merupakan bahan hukum yang menunjang dan melengkapi bahan hukum primer. Biasanya bahan hukum sekunder ini berbentuk perundang-undangan, pendapat para ahli hukum berbentuk doktrin maupun literatur buku-buku, jurnal-jurnal, artikel, makalah dan karya-karya ilmiah yang berhubungan dengan penelitian.

c. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier merupakan bahan hukum yang menjelaskan dari bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Bahan hukum tersier ini biasanya berbentuk kamus hukum, kamus bahasa Indonesia, kamus bahasa Inggris dan ensiklopedia.

4. Sumber Data

Sumber data yang digunakan oleh penulis untuk pengumpulan data dengan mencari informasi terkait dengan penelitian ini adalah dengan menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, diantaranya:

a. Penelitian Kepustakaan

Dalam teknik pengumpulan data sekunder perlu dilakukan dengan cara mengkaji, membaca serta menganalisis bahan hukum yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis. Dalam kegiatan penelitian kepustakaan ini data yang diperoleh dari

Perpustakaan Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung, Perpustakaan Pusat Universitas Islam Sultan Agung, Perpustakaan Daerah Jawa Tengah, dan beberapa buku referensi yang didapatkan.

b. Studi Dokumen

Studi dokumen merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini dengan cara pengumpulan data melalui dokumen-dokumen yang terkait dengan penelitian ini.

5. Metode Analisis Data

Metode penelitian yang digunakan merupakan metode penelitian kualitatif yang diartikan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti obyek yang alamiah (sebagai lawan daripada eksperimen) yang dimana posisi peneliti adalah kunci instrumen, pengambilan sampel sumber data yang dilakukan dengan cara *purposive* dan *snowbaal*, teknik pengumpulan data dengan triangulasi, analisis data yang bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan karya ilmiah berbentuk skripsi ini adalah untuk memudahkan penulis dan pembaca yang akan disajikan dalam IV bab, yaitu:

Bab I : Pendahuluan

Bab ini merupakan pengantar untuk memasuki bab selanjutnya, pada bab ini juga akan berisikan latar belakang masalah yang menjadi alasan penulis mengangkat tema ini sebagai bentuk karya ilmiah yang akan dibuat, rumusan masalah yang akan dibahas,

tujuan penelitian, manfaat penelitian, terminologi, metode penelitian dan sistematika penulisan. Diharapkan penulis dengan adanya karya ilmiah berbentuk skripsi ini dapat diterima dan dapat bermanfaat bagi setiap orang yang akan membacanya.

Bab II : Tinjauan Pustaka

Bab ini merupakan tinjauan umum dimana penulis akan menjelaskan pengertian mengenai judul dari skripsi. Mengenai pengertian serta penjabaran mengenai perlindungan hukum, merek, serta tinjauan hak atas kekayaan intelektual menurut hukum islam.

Bab III : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini akan menjelaskan serta menjawab rumusan masalah yang diangkat oleh penulis. Membahas rumusan masalah mengenai proses dan manfaat pendaftaran merek dagang di Indonesia serta perlindungan hukum terhadap merek dagang biasa dan terkenal tetapi belum terdaftar di Indonesia menurut Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Bab IV : Penutup

Dalam bab ini penulis akan menguraikan mengenai kesimpulan dari penelitian dan pembahasan mengenai rumusan masalah yang telah dibahas di bab sebelumnya serta pada bab ini berisi saran-saran yang merupakan sumbangan pemikiran dari penulis yang berkaitan dengan penelitian ini.