

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia sebagai Negara hukum berdasarkan Undang-Undang Dasar Negara Kesatuan Republik Indonesia Tahun 1945 (Pasal 1 ayat (3)), dalam peraturan perundang-undangan tersebut memiliki makna bahwa semua pihak harus melakukan tindakan berlandaskan hukum. Serta dalam pembukaan Undang-undang Dasar Negara Kesatuan Republik Indonesia Tahun 1945 alinea ke empat yang memiliki tujuan untuk memajukan kesejahteraan umum dan melindungi seluruh tumpah darah Indonesia.

Pemerintah Indonesia harus melindungi kepentingan rakyatnya, khususnya bagi para masyarakat yang memiliki usaha kecil, menengah, maupun atas. Jumlah wirausaha atau pengusaha di Indonesia menembus 3,1 persen dari total jumlah penduduk yang saat ini sekitar 260 juta jiwa atau sekitar 8,06 juta jiwa, angka tersebut melampaui standar internasional sebanyak 2 persen.

Semakin pesatnya perkembangan teknologi dan perdagangan dewasa ini, menyebabkan kegiatan di sektor perdagangan meningkat dengan beragamnya produk barang maupun jasa yang ditemukan di pasaran. Barang dan jasa yang diproduksi merupakan hasil kemampuan dari kreativitas manusia yang dapat menimbulkan Hak Kekayaan Intelektual (HKI).

Salah satu cabang HKI yang memegang peran penting adalah merek¹. Maka selanjutnya Negara Hukum pemerintah Indonesia harus melindungi kepentingan para pengusaha dan memajukan kesejahteraan bagi pelaku usaha, dengan membuat peraturan perundang-undangan yaitu Undang-undang Nomer 15 Tahun 2001 tentang Merek yang sekarang telah diubah menjadi Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Undang-Undang tersebut bertujuan untuk melindungi produk-produk yang dihasilkan oleh para pemilik usaha dari tindakan pemalsuan produk serta merek.

Pengaruh globalisasi disegala bidang kehidupan masyarakat baik di bidang sosial, ekonomi, maupun budaya semakin mendorong laju perkembangan perekonomian masyarakat. Dengan semakin cepatnya perkembangan teknologi dan informasi serta sarana transportasi telah menjadikan kegiatan di sektor perdagangan baik barang maupun jasa mengalami perkembangan yang sangat pesat.

Seiring dengan perkembangan ini maka manusia berlomba-lomba untuk mendapatkan penghasilan dari cara apapun termasuk dari bidang perdagangan atau wirausaha. Cara-cara tersebut ditempuh dengan cara bersaing dengan sehat antara produsen dengan produsen lainnya dan ada beberapa cara yang tidak sehat seperti, contoh melakukan peniruan terhadap merek atau hasil produksi dari merek terkenal untuk menunjang pemasaran bagi pelaku peniru merek yang melakukan tindakan tersebut.

¹ Muhadjir Effendi, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta, 2008, hlm. 252

Perkembangan perdagangan itu sendiri akan berlangsung secara terus menerus dan mengikuti arus pertumbuhan ekonomi nasional yang akan meningkat. Dengan memperhatikan kecenderungan itu, akan menjadi hal yang dapat dipahami jika ada tuntutan kebutuhan suatu pengaturan yang lebih memadai dalam rangka terciptanya suatu kepastian dan perlindungan hukum yang kuat. Bahwa untuk lebih meningkatkan pelayanan dan memberikan kepastian hukum bagi dunia industri, perdagangan, dan investasi dalam menghadapi perkembangan perekonomian lokal, nasional, regional, dan internasional serta perkembangan teknologi informasi dan komunikasi perlu didukung oleh suatu perundang-undangan di bidang merek dan indikasi geografis yang lebih memadai.

Apalagi beberapa negara semakin mengandalkan kegiatan ekonomi melalui bidang perdagangan pada produk yang dihasilkan atas dasar kemampuan intelektualitas manusia. Mengingat akan hal tersebut, Merek sebagai salah satu karya intelektual manusia yang erat hubungannya dengan kegiatan ekonomi dan perdagangan memegang peranan yang sangat penting.

Sejarah merek dapat di telusuri bahkan mungkin berabad-abad sebelum masehi. Sejak zaman kuno, misalnya periode *Minoan*, orang sudah memberikan tanda untuk barang-barang miliknya, hewan bahkan manusia. Di era yang sama bahkan bangsa Mesir menerakan namanya untuk batu bata yang dibuat atas perintah Rajanya. Perundang-undangan tentang Merek dimulai dari *Statue of Parma* yang sudah mulai memfungsikan merek

untuk produk berupa pisau, pedang, atau barang dari produk tembaga lainnya.²

Penggunaan merek dagang dalam pengertian yang kita kenal sekarang ini mulai dikenal tidak lama setelah revolusi industri pada pertengahan abad XVII. Pada saat itu sistem produksi yang berasal dari abad pertengahan yang lebih mengutamakan keterampilan kerja tangan, berubah secara radikal sebagai akibat digunakannya mesin-mesin dengan kapasitas produksi yang tinggi. Akibatnya terkumpul hasil produksi dalam unit-unit yang besar dan membutuhkan sistem distribusi yang baru guna penyaluran barang-barang tersebut dalam masyarakat.³

Dengan Perkembangan industri yang besar ini, berkembang pula dalam penggunaan sistem iklan sebagai alat untuk memperkenalkan nama produk yang diproduksi. Maka dari itu dari sektor penggunaan merek masuk dalam fungsi yang sangat modern, yaitu sebagai tanda pengenal akan asal dari produk yang diproduksi.

Dengan adanya iklan-iklan yang menampilkan sebuah produk, maka di situlah iklan memunculkan sebuah nama produk atau biasa disebut dengan merek produk yang bertujuan untuk memperkenalkan merek produk kepada konsumen. Definisi dari merek berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 (Pasal 1 ayat (1)) merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari

² Rahmi Jened, *Hak Kekayaan Intelektual Penyalahgunaan Eksklusif*, Airlangga University Press, Surabaya, 2007, hlm. 159.

³Rahmi Jened, *Trademark Law*, PT. Fajar Interpertama Mandiri, Jakarta, 2015, hlm.1-2.

unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan atau jasa.

Merek merupakan salah satu hal yang dihasilkan oleh keterampilan atau kemampuan intelektual seseorang dalam menciptakan sebuah karya yang berupa produk barang atau jasa, dan di dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia merek mempunyai hak yang sangat melekat yaitu hak atas merek. Di dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 (Pasal 1 ayat (5)) menyatakan bahwa hak atas merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan merek sendiri tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya.

Perkembangan dalam bidang perdagangan barang atau jasa sekarang ini sangat pesat tidak hanya terjadi di dalam satu lokasi perdagangan atau pasar tetapi dengan adanya kemajuan teknologi bidang perdagangan atau jasa sudah mulai merambah dalam dunia digital. Ada beberapa dampak positif dan dampak negatif yang dialami oleh pihak produsen dengan berkembangnya teknologi dan informasi dalam bidang perdagangan barang atau jasa melalui dunia digital. Salah satu dampak positifnya bagi pihak produsen yaitu memudahkan produsen untuk memasarkan sebuah barang atau jasa yang telah dihasilkan lebih mudah dan bisa mencakup semua konsumennya yang berada di luar jangkauan dari lingkup pasar, tidak terlepas dari dampak positif maka ada pula dampak negatif bagi seorang produsen yaitu Ketika barang atau jasa yang dihasilkan sudah berhasil dalam

pemasaran maka di sisi lain akan ada pihak yang tidak beritikad baik untuk menempuh jalan pintas dengan melakukan peniruan atas merek yang sudah terdaftar⁴, sehingga konsumen tertipu terhadap merek yang sama dibuat oleh pihak lain yang tidak beritikad baik. Inilah yang terjadi diberbagai wilayah Indonesia terdapat kasus peniruan barang terhadap merek dari luar negeri

maupun dalam negeri, banyaknya peminat barang palsu ini disebabkan oleh adanya harga yang jauh lebih rendah dibandingkan dengan harga barang asli. Penulis juga mengetahui dari pihak pemilik produk kaus/ *clothing* sendiri bahwa pernah terjadi kasus peniruan merek terhadap produk kaus/ *clothing* yang diperjualbelikan melalui salah satu platform media sosial *Instagram*.

Penulis juga mengutip berita dari halaman website Detik Finance bahwa Jakarta - Vans Inc, perusahaan raksasa sepatu asal Amerika Serikat akhirnya berhasil memenangkan gugatannya terhadap pengusaha lokal asal Tangerang yang diduga ikut meniru merek Vans⁵. Dalam sidang putusan gugatan hak merek di Pengadilan Niaga Jakarta Pusat, Hakim Ketua Bayu Isdiatmoko mengatakan tergugat yakni Kim Sung Soo terbukti telah mendaftarkan merek Vans pada 21 Maret 2007 dalam kategori Kelas 18. Dan merek Vans of The Top yang didaftarkan tersebut di atas mempunyai kepentingan hak, bahwa kemudian perlu dipertimbangkan, bahwa memiliki

6. ⁴ Casavera, *15 Kasus Sengketa Merek di Indonesia*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2009, hlm. 5-

⁵ <https://finance.detik.com>, diakses pada tanggal 20 Oktober 2020, pukul 15.55 WIB

persamaan pada pokoknya dengan penggugat (Vans Inc). Karena ada unsur-unsur yang menonjol antara merek satu dengan yang lain serta kesamaan bentuk dan tulisan atau kombinasi Majelis berpendapat terdapat persamaan pada pokoknya. Dipertimbangkan bahwa merek tergugat didasarkan itikad tidak baik, bahwa permohonan dengan itikad tidak baik adalah untuk mendompleng, membonceng. Merek Vans Inc (penggugat) adalah merek terkenal dan penggunaan merek tergugat dapat mengecoh, Gugatan penggugat (Vans Inc) dikabulkan seluruhnya. Mengadili menolak eksepsi tergugat dengan pokok perkara mengabulkan gugatan penggugat untuk seluruhnya, Sebelumnya,

gugatan Vans Inc melawan Kim Sung Soo ini adalah berkaitan dengan terkait dengan sengketa merek Vans, di mana sidang siang ini digelar dengan agenda kesimpulan. Dalam berkas gugatan yang didaftarkan di bawah registrasi No.39/MERREK/2010/PN.NIAGA.JKT.PST, Vans Inc yang diwakili oleh kuasa hukumnya dari kantor hukum Hadiputranto Hadinoto and Partner, menggugat pengusaha lokal Kim Sung Soo. Dalam dokumen gugatannya, penggugat memohon agar pengadilan membatalkan lima merek Vans dan logo yang terdaftar atas nama tergugat, yakni IDM000113990, IDM000108582, IDM000188574, IDM000135960, dan IDM000135962. Penggugat menilai tergugat telah beritikad tidak baik dalam mendaftarkan kelima merek Vans dan logo itu di Direktorat Merek Ditjen Hak Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia. Dengan adanya putusan tersebut, maka pemilik perusahaan sepatu Vans di Indonesia harus

menganti mereknya. Selain itu mereka juga didenda untuk menggantikan biaya peradilan.⁶

Fenomena di atas menunjukkan bahwa kasus tersebut tidak hanya terjadi di kalangan sebuah produksi barang kaos/ *clothing* tidak hanya terjadi di wilayah Semarang tetapi masih banyak di wilayah-wilayah lain seperti di Surakarta dengan kasus yang sama yaitu kasus peniruan merek Nimco dan dijual melalui platform media sosial dengan harga yang lebih murah dibandingkan dengan harga asli.

Pelanggaran peniruan merek Nimco sepengetahuan penulis berupa kaos Nimco yang dijual di Pasar Jamus Karanganyar. Menurut penjelasan Bapak Joko

salah seorang pedagang di Pasar Jamus Karanganyar menerangkan bahwa kaos Nimco berasal dari pemberian sales secara langsung dengan harapan agar kaos tersebut dijual di Pasar Jamus Karanganyar, kaos Nimco yang diproduksi dari Jakarta tersebut kemudian dibeli Bapak Joko untuk dijual lagi di Pasar Jamus Karanganyar sesuai dengan harga standar yang ditetapkan. Penulis membeli kaos tersebut sebagai penemuan dan pemberitahuan kepada pihak Nimco bahwa kaos bermerek Nimco beredar di Pasar Jamus. Setelah melakukan wawancara dengan pihak Nimco, perihal masih ditemukannya produk-produk Nimco tidak asli yang dijual bebas di pasaran, pihak Nimco memberikan penjelasan bahwa kaos itu bukan merupakan produk asli Nimco, kaos tersebut mempunyai kualitas yang

⁶ <https://finance.detik.com>, diakses pada tanggal 20 Oktober 2020, pukul 15.55 WIB.

rendah dari bahan kain yang sangat tipis, kasar, dan panas.⁷

Hal di atas menarik bagi penulis dalam fenomena tersebut yaitu Ketika Undang-Undang dengan jelas mengatakan bahwa “Barang siapa memperdagangkan barang dan jasa tersebut merupakan hasil pelanggaran sebagaimana dimaksud dalam Pasal 100 dan Pasal 101 dipidana dengan pidana kurungan paling lama 1 (satu) tahun atau denda paling banyak Rp. 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah)”, tertuang dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 (Pasal 102 ayat (1)).

Dalam perspektif Islam hukum pemalsuan barang juga dituliskan dalam hadist berikut ini :

Artinya : “*Tidak halal harta seseorang kecuali dengan ridha pemiliknya.*” (HR. Ahmad 5: 72)⁸.

Maka dari Hadist tersebut dapat disimpulkan bahwa tindakan pemalsuan terhadap karya seseorang tidak dibenarkan dalam agama maupun dari kacamata hukum.

Sehubungan dengan hal tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang dituangkan dalam bentuk skripsi dengan judul **“PELAKSANAAN PERLINDUNGAN HUKUM ATAS PRODUK KAUS/ CLOTHING MENURUT UNDANG – UNDANG NOMOR 20**

⁷ Etik Ristiyani, *Perlindungan Hukum Bagi Pengusaha Clothing Terhadap Peniruan Merek Oleh Pihak Lain*, UMS, Surakarta, 2017, hlm. 2

⁸ <https://rumaysho.com>, diakses pada Tanggal 8 November 2020, Pukul 17.41 WIB

TAHUN 2016 TENTANG MEREK dan INDIKASI GEOGRAFIS”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis dapat mengemukakan rumusan masalahnya antara lain:

1. Bagaimana pelaksanaan perlindungan hukum bagi terhadap pemilik merek Hornycupcakes menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis?
2. Apa yang menjadi kendala dan solusi dalam pelaksanaan perlindungan hukum terhadap pemilik merek Hornycupcakes menurut Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 Merek dan Indikasi Geografis?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana pemilik merek tersebut memperoleh suatu perlindungan hukum produk kaus/ *clothing* menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis
2. Untuk mengetahui apa saja yang menjadi kendala dan solusi dalam pelaksanaan perlindungan hukum terhadap produk kaus/ *clothing* menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan utama yang hendak dicapai penelitian ini secara teoritis maupun secara praktis, yaitu:

1. Kegunaan Teoritis

Dapat berguna dalam pengembangan ilmu pengetahuan dibidang hukum keperdataan mengenai pelaksanaan perlindungan hukum atas produk kaus/ *clothing* menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Merek dan Indikasi Geografis.

2. Kegunaan Praktis

- a) Untuk memberi sumbangan pemikiran kepada masyarakat, aparatur pemerintah dan untuk para praktisi, akademisi, dan peneliti sehingga dapat menjadi bahan acuan dalam kajian ilmiah pelaksanaan perlindungan hukum atas produk kaus/ *clothing* menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Merek dan Indikasi Geografis.
- b) Untuk memberi informasi bahwa adanya Undang-Undang tentang perlindungan hukum atas produk kaus/ *clothing* bagi pihak pelaku usaha, konsumen, penulis penelitian.
- c) Sebagai pemenuhan syarat untuk memperoleh gelar sarjana hukum di Fakultas Hukum UNISSULA Semarang.

E. Terminologi

1. Pelaksanaan

Pelaksanaan adalah suatu tindakan atau pelaksanaan dari sebuah rencana yang sudah disusun secara matang dan terperinci, implementasi biasanya dilakukan setelah perencanaan sudah dianggap siap. Secara sederhana pelaksanaan bisa diartikan penerapan. Majone dan Wildavsky mengemukakan pelaksanaan sebagai evaluasi. Browne dan Wildavsky

mengemukakan bahwa Pelaksanaan adalah perluasan aktivitas yang saling menyesuaikan.⁹

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) arti kata Pelaksanaa yaitu proses, cara, perbuatan melaksanakan (rancangan, keputusan, dan sebagainya)¹⁰.

2. Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum adalah segala upaya pemenuhan hak dan pemberian bantuan untuk memberikan rasa aman kepada saksi dan atau korban, yang dapat diwujudkan dalam bentuk seperti melalui restitusi, kompensasi, pelayanan medis, dan bantuan hukum¹¹.

3. Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau di konsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.¹²

4. Kaus/ *clothing*

Kaus oblong atau disebut juga sebagai *T-shirt* adalah jenis pakaian yang menutupi sebagian lengan, seluruh dada, bahu, dan perut. Kaus oblong biasanya tidak memiliki kancing, kerah, ataupun saku. Pada umumnya, kaus oblong berlengan pendek (melewati bahu hingga

⁹ Nurdin Usman, *Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2002 hlm. 70

¹⁰ <https://kbbi.web.id/pelaksanaan>, diakses terakhir pada Tanggal 18 November 2020, Pukul 16.20 WIB

¹¹ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, UI Press, Jakarta, 1984, hlm. 133

¹² Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, ANDI, Yogyakarta, 2008, hlm. 95

sepanjang siku) dan berleher bundar. Bahan yang umum digunakan untuk membuat kaus oblong adalah katun atau *poliester* (atau gabungan keduanya).¹³

F. Metode Penelitian

1. Metode Pendekatan

Penelitian ini dan penyusunan skripsi ini, penulis menggunakan metode yuridis sosiologis. Pendekatan Yuridis Sosiologis adalah mengidentifikasi dan mengkonsepsikan hukum sebagai institusi sosial yang riil dan fungsional dalam sistem kehidupan yang nyata.¹⁴

Yuridis digunakan untuk menganalisa berbagai peraturan perundangan – undangan yang terkait dengan Pelaksanaan Perlindungan Hukum Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Sedangkan sosiologis digunakan untuk menganalisa bekerjanya berbagai macam peraturan perundangan–undangan tentang pelaksanaan perlindungan hukum atas produk kaus/ *clothing* menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Penggunaan metode pendekatan yuridis sosiologis dalam penelitian hukum ini disebabkan karena permasalahan yang diteliti erat kaitannya dengan faktor yuridis dan sosiologis. Maksudnya, obyek masalah yang diteliti disini tidak hanya menyangkut permasalahan yang

¹³https://id.wikipedia.org/wiki/Kaus_oblong diakses pada tanggal 16 Oktober 2020, Pukul 16.01 WIB

¹⁴ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, UI Press, Jakarta, 1984, hlm. 51

diatur dalam peraturanperundang – undangan, melainkan masalah yang diteliti juga berkaitan dengan faktor sosiologis. Dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui Pelaksanaan Perlindungan Hukum Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

2. Spesifikasi Penelitian

Spesifikasi penelitian yang digunakan adalah deskriptif analisis, yaitu penelitian yang bertujuan memberikan gambaran mengenai permasalahan yang terjadi sehubungan dengan menggunakan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan teori yang relevan kemudian dikumpulkan melalui data-data yang dikumpulkan, diolah, serta disusun secara teori yang ada untuk mendapatkan pemecahan masalah sesuai ketentuan yang berlaku. Spesifikasi penelitian deskriptif oleh Soerjono Soekanto dalam bukunya Pengantar Penelitian Hukum dijelaskan sebagai berikut:¹⁵

Penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang dimaksudkan untuk memberikan data yang seteliti mungkin dengan manusia, keadaan atau gejala-gejala lainnya, serta hanya menjelaskan keadaan objek masalahnya tanpa bermaksud mengambil kesimpulan yang berlaku umum.

¹⁵ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, UI Press, Jakarta, 1984, hlm. 10

3. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan jenis data primer dan data sekunder yang dijelaskan sebagai berikut:

a. Data primer

Data primer sebagai data yang utama dan diperoleh langsung dari objeknya melalui wawancara dengan pelaku usaha, konsumen, pihak yang terkait dalam pelaksanaan perlindungan yang dimaksud wawancara dalam hal ini adalah mengadakan wawancara secara langsung dengan objek yang diteliti sehingga memperoleh data yang diperlukan.

b. Data Sekunder

Data yang diperoleh seorang peneliti secara tidak langsung dari objeknya dan sebagai data pendukung dari data primer, tetapi melalui sumber lain baik melalui lisan maupun melalui tulisan. Data sekunder yang diperoleh dari bahan-bahan tertulis, yang terdiri dari:

4. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer yaitu berupa peraturan Perundang-Undangan antara lain:

- a. Undang-Undang Dasar Negara Kesatuan Republik Indonesia Tahun 1945
- b. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

- c. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis
- d. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta
- e. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen
- f. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan

5. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder terdiri dari buku-buku literatur, jurnal, karya ilmiah, makalah-makalah dan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan obyek penelitian yang dapat membantu peneliti untuk mendapatkan informasi.

6. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum penunjang, mencakup bahan-bahan primer, sekunder dan tersier diluar bidang hukum, seperti kamus bahasa Indonesia, Kamus Hukum, internet dan yang lainnya yang dapat digunakan untuk melengkapi data penelitian.

G. Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis data secara kualitatif yaitu data-data yang diperoleh selama proses penelitian kemudian disusun secara sistematis dan dianalisis sehingga mencapai kejelasan permasalahan yang dibahas yaitu tinjauan yuridis sosiologis terhadap kajian hukum pelaksanaan perlindungan hukum atas produk kaus/ *clothing* menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi

Geografis.

H. Sistematika Penulisan

Sistem penulisan dan pembahasan dalam skripsi ini. Maka penulis akan menguraikan sistematika penulisan yang dibagi dalam empat bab dan dilengkapi dengan sub bab, yaitu:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab bagian ini terdiri dari sub-bahasan yang menjelaskan tentang kerangka-kerangka penulisan penelitian tentang pelaksanaan perlindungan hukum atas produk kaus/ *clothing* menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang meliputi : Latar Belakang Permasalahan, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Terminologi, Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Pada tinjauan pustaka ini berisi landasan teoritis hasil studi kepustakaan yang mengacu pada pokok-pokok permasalahan yang telah diuraikan pada Bab I, Dalam Bab II ini berisikan teori-teori yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti, yaitu aspek hukum pelaksanaan perlindungan hukum atas produk kaus/ *clothing* menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Hal – hal yang diuraikan dalam Bab II antara lain meliputi: Tinjauan umum mengenai produk, Tinjauan mengenai Merek, Tinjauan mengenai Kekayaan Intelektual, Hak Kekayaan Intelektual menurut perspektif Islam

BAB III: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan diuraikan mengenai hasil-hasil penelitian yang dilakukan terhadap kajian hukum upaya pelaksanaan perlindungan hukum bagi pemilik merek menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Kendala-kendala dan solusi yang timbul dalam proses pelaksanaan perlindungan hukum dalam Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Dari hasil penelitian, penulis melakukan pembahasan dengan memadukan antara teori dengan praktek yang ada serta menganalisa data tersebut.

BAB IV: PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir dalam penelitian ini. Bab ini berisi simpulan dan saran dari penulis berdasarkan penelitian yang telah dilakukan.

