

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang permasalahan

Perkembangan dan perubahan dunia pada abad ke-21 ini telah membentuk dan menciptakan suatu masyarakat global, dimana dalam masyarakat global tersebut terjalin hubungan ekonomi yang sangat maju dan sedemikian pesatnya.

Perubahan dan perkembangan yang terjadi pada dekade terakhir ini adalah terciptanya masyarakat global, yang melahirkan globalisasi ekonomi dimana terus terjadi perubahan tatanan politik dan ekonomi yang terjadi secara terus dan mendasar. Tetapi perubahan tersebut tidak hanya membuka peluang melainkan juga ancaman bagi bangsa¹.

Dengan ini dapat dikatakan bahwa era globalisasi dimana hubungan suatu negara dengan negara lain terjalin dengan sedemikian pesatnya selain muncul suatu kemajuan dan kesempatan baru muncul juga suatu segi-segi "negatif" yang dapat menjadi ancaman bagi negara, dan dengan pendapat tersebut dapat dikatakan bahwa dunia dengan segala perubahannya baik itu perubahan dalam bidang politik maupun dalam bidang ekonomi telah memberikan dorongan kepada bangsa-bangsa untuk turut serta dalam proses globalisasi tersebut. Perubahan mendasar pada tatanan politik dan ekonomi dunia telah membukakan pintu yang selebar-lebarnya bagi perkembangan perekonomian dunia untuk dapat membuat suatu kemajuan yang lebih pesat lagi dengan menciptakan kesempatan-

¹ Paingot Rambe Manalu, *Hukum Dagang Internasional*, CV Novindo Pustaka Mandiri, Jakarta 2000, hal 225.

kesempatan baru dalam memberikan suatu kemajuan dan peningkatan baik dalam perekonomian maupun politik bagi suatu negara

Hukum dan peraturannya berfungsi untuk menciptakan keteraturan dan ketertiban di dalam kehidupan masyarakat.

Masyarakat dan ketertibannya merupakan dua hal yang berhubungan sangat erat, bahkan juga bisa dikatakan dua sisi dari satu mata uang. Ketertiban di dalam masyarakat diciptakan bersama-sama oleh berbagai lembaga secara bersama-sama seperti hukum dan tradisi.²

Dengan hal ini dapat dikatakan bahwa untuk menciptakan suatu ketertiban dalam masyarakat diperlukan hukum dan perangkat peraturannya dan untuk melindungi tiap anggota masyarakat dari dampak negatif perkembangan globalisasi dunia. Dalam kaitannya terhadap Hak Atas kekayaan Intelektual telah tumbuh suatu kebutuhan akan perlindungan atas Kekayaan Intelektual karena dengan berkembangnya Ilmu pengetahuan dan teknologi, berkembang pula usaha-usaha peniruan atau pencurian terhadap kekayaan intelektual tersebut.

Dengan globalisasi perdagangan, dewasa ini masalah perdagangan internasional tidak hanya akan berkaitan dengan barang dan jasa saja tetapi juga terlibat didalamnya sumber daya lain berupa teknologi dan investasi juga berupa HAKI seperti rahasia dagang, paten, merek, desain industri, hak cipta serta hal-hal lain yang terkait dalam lingkup HAKI.³

Pemikiran akan kebutuhan terhadap perlindungan atas Hak Atas Kekayaan Intelektual timbul karena sering adanya upaya peniruan atau pencurian terhadap kekayaan intelektual tersebut dan dimana perkembangan perdagangan

². Satjipto Rahardjo, Ilmu Hukum. PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000, hal 3

³. Ahmad M. Ramli, Hak Atas Kepemilikan Intelektual. CV Mandar Maju, Bandung

ini tidak hanya berkaitan dengan barang dan jasa tetapi juga telah berhubungan dengan Kekayaan Intelektual seperti rahasia dagang, paten, merek dan hak cipta. Dalam tulisan ini akan di bahas mengenai merek dan upaya terhadap perlindungannya.

Perlindungan terhadap merek dalam sistem hukum Indonesia telah berlangsung lama, dimulai semenjak jaman penjajahan kolonial Belanda. Peraturan yang dibuat untuk memberikan perlindungan terhadap merek tercantum dalam Staatblad No 600 Tahun 1912 yang kemudian dinyatakan tidak berlaku berdasarkan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961, kemudian Undang-Undang No 21 Tahun 1961 tentang merek ini diubah dengan Undang-Undang No 19 Tahun 1992 dan kemudian Undang-Undang tersebut diubah lagi dengan Undang-Undang No 14 Tahun 1997 yang kemudian digantikan oleh Undang-Undang No 15 Tahun 2001 tentang merek sehingga menjadikan Undang-Undang yang terdahulu (UU No 19 Tahun 1992) yang diubah dengan Undang-Undang No 14 Tahun 1997 tidak berlaku lagi, sebagaimana yang tercantum dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek, pada bagian Pendahuluan khususnya huruf c :

"Bahwa berdasarkan pertimbangan tersebut pada huruf a dan huruf b, serta memperhatikan pengalaman dalam melaksanakan Undang-undang Merek yang ada, dipandang perlu untuk mengganti Undang-undang No 19 Tahun 1992 tentang Merek sebagaimana telah diubah dengan Undang-undang No 14 Tahun 1997 tentang perubahan atas Undang-undang No 19 tahun 1992 tentang Merek".⁴

⁴ Undang-Undang No 15 Tahun 2001, Pendahuluan, Penerbit Citra Umbara, Bandung hal

Berdasarkan perubahan-perubahan yang ada terhadap undang-undang merek ini dapat dilihat bahwa permasalahan mengenai merek adalah suatu hal yang tidak mudah dan mengenai perlindungan terhadap merek mendapat perhatian yang khusus dari pemerintah. Merek merupakan tanda untuk mengenali suatu barang atau jasa yang diperdagangkan. Tetapi dengan perkembangan perekonomian pada saat ini arti dari suatu merek lebih dari sekedar untuk memberikan tanda bagi barang atau jasa dimana merek dipergunakan untuk mengenali produk barang atau jasa tersebut, tetapi merek sudah menjadi suatu citra atau pandangan bagi suatu perusahaan. Merek telah menjadi suatu acuan bagi konsumen untuk menentukan bagus atau tidak suatu perusahaan, bermutu atau tidak produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut yang pada akhirnya akan menentukan kepuasan dari konsumen yang telah membeli atau mengkonsumsi produk-produk atau jasa dari perusahaan tersebut. Merek yang terkenal memiliki kualitas yang bagus dimata masyarakat dan akan dikenal sebagai produk barang yang bermutu tinggi yang diproduksi oleh perusahaan tersebut yang pada akhirnya akan memperlancar dan meningkatkan penjualan sehingga membuat pengusaha atau perusahaan yang bersangkutan mendapatkan keuntungan, dikarenakan produk berkualitas yang dihasilkannya, pada akhirnya kepercayaan masyarakat terhadap merek dari perusahaannya akan semakin meningkat. Peniruan terhadap merek yang tidak bertanggung jawab akan mengakibatkan kerugian baik terhadap pemilik merek yang sah selain itu juga akan memberikan kerugian terhadap konsumen.

"perdagangan tidak akan berkembang dengan baik apabila merek dagang tidak memperoleh perlindungan yang memadai. Apabila aparat hukum

membicarakan terjadinya pembajakan merek-merek yang sudah dikenal oleh masyarakat sebagai merek yang digunakan untuk produk barang dan atau jasa yang bermutu baik, telah memiliki reputasi atau mungkin telah begitu terkenal, hal itu tentu akan mengecewakan pengusaha yang telah bersungguh-sungguh dan secara jujur menggunakan merek untuk usahanya. Adanya pembajakan tersebut tentunya tidak hanya akan merugikan pengusaha yang memiliki atau memegang hak atas merek tersebut tetapi juga masyarakat konsumen".⁵

Tujuan dari dibuatnya Undang-Undang Merek adalah untuk memberikan perlindungan terhadap produk perusahaan atau pemilik dari merek yang sah dari pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab dimana mereka mempergunakan merek tersebut untuk dipergunakan pada produk mereka sendiri tanpa sepengetahuan dan seijin dari perusahaan atau pemilik dari merek yang sesungguhnya dan sah menurut ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Seiring dengan perlindungan hukum terhadap merek tersebut, maka latar belakang dari dibuatnya tulisan ini adalah untuk membahas terjadinya pelanggaran yang terjadi pada merek yang terdaftar dalam daftar umum merek dan pembahasan dilakukan secara sosiologis dan secara teoritis yang didasarkan kepada Undang-Undang merek No 15 Tahun 2001.

Perusahaan industri rokok Gentong Gotri merupakan sebuah perusahaan dalam skala besar yang menghasilkan produk konsumsi berupa rokok. Perusahaan ini sudah berdiri semenjak tahun 1927 dan terletak di jalan Gebanganom raya NO. No.18 Genuk Semarang. Produk dari perusahaan Gentong Gotri ini mempunyai reputasi yang cukup bagus dikalangan para konsumen, tidak hanya konsumen dari wilayah lokal tetapi juga pada konsumen diluar wilayah Semarang dan sesuai

⁵ Sudargo Gautama, Komentar Atas Undang-Undang Merek Baru 1992 dan Peraturan-Peraturan Pelaksanaannya. Alumni Bandung, 1994. Hal 15.

dengan namanya Rokok Gentong Filter menjadikan produk perusahaan tersebut sebagai ciri khas dari perusahaan Gentong Gotri. Seiring dengan berjalannya waktu dan karena reputasi dari Rokok Gentong Filter yang cukup bagus muncul para pesaing-pesaing dalam industri rokok, suatu hal yang biasa dalam dunia usaha, tetapi dikarenakan kurangnya kesadaran hukum dari masyarakat Indonesia persaingan ini berlanjut kepada persaingan yang tidak sehat seperti misalnya peniruan terhadap merek rokok Gentong Filter baik dalam kemasannya maupun nama serta simbol-simbol dari perusahaan rokok Gentong yang sesungguhnya. Peniruan tersebut jelas memberikan dampak kerugian baik bagi produsen yaitu pihak perusahaan Gentong Gotri yang sesungguhnya karena dari segi kualitas jelas sudah berbeda antara produk rokok Gentong Filter yang sesungguhnya dengan pihak yang produknya meniru merek dari rokok Gentong Filter sehingga hal ini memberikan citra yang buruk bagi perusahaan Gentong Gotri yang sesungguhnya. Dan kerugian dialami pula oleh konsumen karena produk yang telah mereka beli yaitu rokok Gentong Filter yang ternyata kualitasnya berbeda dengan rokok Gentong Filter yang dahulu pernah mereka beli karena ternyata produsen dari rokok tersebut sudah berbeda sehingga menimbulkan ketidakpuasan dari konsumen.

Dalam Hukum Perdata mengandung ketentuan-ketentuan yang mengatur hubungan masyarakat, orang-orang berikut badan-badan hukum perdata satu sama lain. Pasal 1365 KUH Perdata menyatakan "Tiap perbuatan melanggar hukum, yang membawa kerugian kepada seorang lain, mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut". Dengan

demikian setiap masyarakat atau lebih khususnya lagi para pelaku usaha memberikan suatu penghargaan kepada sesama pelaku usaha untuk tidak melakukan perbuatan-perbuatan yang merugikan seperti melakukan peniruan terhadap merek karena selain pihak yang telah ditiru merek yang dirugikan tapi juga berimbas kepada para konsumen. UU No 15 Tahun 2001 tentang merek pasal 1 ayat (2) merumuskan bahwa "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". Dan pada UU No 15 Tahun 2001 tentang merek pasal 3 tersebut juga disebutkan "Hak atas merek adalah hak eksklusif 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". Berdasarkan UU No 15 Tahun 2001 tersebut telah memberikan suatu gambaran jelas bahwa merek merupakan suatu hak, suatu ciptaan dan merupakan suatu citra bagi perusahaan dalam hubungannya dengan konsumen sehingga peniruan terhadap merek merupakan perbuatan yang sangat merugikan, sehingga adalah hal yang wajar jika pihak perusahaan Gentong Getri merasa dirugikan dengan peniruan merek tersebut dan memintakan perlindungan hukum terhadap merek yang didaftarkannya, seperti yang disebutkan dalam UU No 15 Tahun 2001 pasal 3 disebutkan bahwa yang mendapatkan hak eksklusif adalah merek yang terdaftar, diantara hak eksklusif tersebut adalah perlindungan hukum terhadap merek. Masalah ini kemudian berkembang menjadi sangat rumit dan solusi - solusi untuk mengatasinya yang

akan diterapkan oleh perusahaan Gentong Gotri maupun pemerintah yang mana akan diuraikan pada bab lain pada tulisan ini.

Berdasarkan atas latar belakang sebagaimana dengan uraian diatas, maka penulis memilih judul " **PERLINDUNGAN HUKUM PEMAKAIAN MEREK "GENTONG FILTER" PT. GENTONG GOTRI SEMARANG DITINJAU DARI UU NO. 15 TAHUN 2001** "

B. Pembatasan Masalah

Ruang lingkup permasalahan ini ditujukan untuk memberi batasan terhadap objek permasalahan yang akan diteliti mengingat segala keterbatasan yang dimiliki oleh penulis dan untuk menghindari terjadinya kesalahan-kesalahan. Adapun pembatasan masalah yang akan dibahas adalah mengenai perlindungan hukum terhadap hak merek rokok "Gentong filter" di Semarang mengingat terjadinya konflik-konflik sosial yang terjadi diakibatkan oleh adanya pelanggaran hak merek rokok "Gentong Filter" dan juga akan dibahas mengenai prosedur pendaftaran merek yang dapat ditempuh oleh perusahaan Gentong Gotri agar mendapatkan perlindungan hukum terhadap merek yang dimilikinya.

C. Perumusan Masalah

Dengan perkembangan dunia usaha yang sedemikian pesatnya tidak dapat dipungkiri bahwa merek mempunyai peranan yang sangat penting dalam memberikan identitas atau tanda pengenalan terhadap suatu produk dari sebuah perusahaan. Dan dengan menjamurnya perusahaan-perusahaan baik dalam skala

besar maupun kecil maka semakin membanjir pula merek-merek sebagai tanda pengenal dari produk-produk mereka, sehingga dengan demikian permasalahan mengenai merek semakin kompleks.

Berdasarkan latar belakang permasalahan dan ruang lingkup permasalahan tersebut diatas maka dapat dirumuskan permasalahannya sebagai berikut :

1. Upaya perlindungan hukum apa yang telah dilakukan oleh PT Gentong Gotri dalam mencegah dan menanggulangi pelanggaran merek "Gentong Filter" oleh pihak lain ?
2. Bagaimana prosedur pendaftaran merek "Gentong Filter" yang ditempuh oleh PT Gentong Gotri dalam memperoleh perlindungan hukum ?

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Tujuan dari penelitian :

1. Untuk mengetahui upaya apa saja yang telah ditempuh oleh pemilik dari merek "Gentong Filter" dalam mencegah dan menanggulangi pelanggaran merek oleh pihak lain.
2. Untuk mengetahui prosedur pendaftaran merek "Gentong Filter" sesuai dengan Undang-Undang Merek No 15 Tahun 2001 guna memperoleh perlindungan hukum terhadap merek rokok "Gentong Filter" yang dapat ditempuh oleh pemilik perusahaan Gentong Gotri.

Kegunaan Penelitian :

1. Dengan penelitian ini dapat memberikan sumbangan terhadap masyarakat untuk dapat memahami tentang perlindungan atas merek dan masyarakat dapat memberikan penghargaan terhadap hak atas merek sehingga masyarakat tidak melakukan perbuatan yang bertentangan dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
2. Memberikan suatu masukan bagi pemikiran mengenai pengembangan terhadap perlindungan hukum atas merek dan memberikan suatu kemauan bagi para pelaku usaha untuk melakukan perlindungan terhadap hak atas kekayaan intelektual dalam hal ini merek dagang demi kepentingan perlindungan hukum para pelaku dunia usaha.
3. Memberikan suatu masukan bagi dunia ilmu pengetahuan khususnya dalam rangka pengembangan di bidang hukum dan pada bidang hukum perdata khususnya hukum atas kekayaan intelektual dan menambah kepustakaan bagi kepentingan masyarakat pendidikan.

E. Terminologi

Untuk lebih memudahkan didalam memberikan pengertian agar tidak terjadi kesalah pahaman serta untuk mempermudah menjelaskan dari judul skripsi ini, maka penulis berusaha untuk memberikan pengertian dari judul penulisan ini berdasarkan Kamus Umum Bahasa Indonesia, yakni :

1. Perlindungan : Adalah tempat berlindung.
2. Hukum : Adalah peraturan atau adat yang secara resmi dianggap mengikat yang dikukuhkan penguasa, pemerintah

3. Pemakaian : Adalah proses, pembuatan, cara memakai, penggunaan.
4. 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 dan jasa.
5. Gentong : Adalah tempat air yang berbentuk seperti tempayan besar biasanya terbuat dari tanah liat.
6. Filter : Adalah suatu alat yang biasanya digunakan untuk menyaring kotoran atau debu
7. Oleh : Adalah kata penghubung untuk menandai pelaku.
8. PT : Adalah suatu persekutuan untuk menjalankan perusahaan yang mempunyai modal usaha yang terbagi atas beberapa saham dimana tiap sekutu atau persero turut mengambil bagian sebanyak satu atau lebih.

9. Gentong : Adalah tempat air yang berbentuk seperti tempayan besar biasanya terbuat dari tanah liat.
10. Gotri : Adalah mimis kecil atau logam bulat kecil.
11. Semarang : Adalah daerah dimana Gentong Gotri berada.
12. Ditinjau : Adalah hasil meninjau, pandangan pendapat.
13. Dari : Adalah kata depan yang menyatakan tempat permulaan.
14. UU No 15 TH 2001 : Adalah dasar hukum tentang merek

E. Metodologi Penelitian

E. Metode Pendekatan

Metode pendekatan yang dapat dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan metode pendekatan yuridis sosiologis dengan pengertiannya yaitu:

Pendekatan secara yuridis adalah bahwa dalam penelitian hukum ini ditekankan pada ilmu hukum atau juga dapat disebut dengan pendekatan yang berkaitan dengan hukum positif (hukum yang berlaku pada saat ini).⁶

Pendekatan secara sosiologis yaitu penelitian dilakukan dengan mengadakan pengamatan terhadap keadaan yang terjadi pada masyarakat atau berdasarkan kenyataan atau fenomena empiris yang terjadi di dalam masyarakat.

2. Spesifikasi Penelitian

Spesifikasi penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah penelitian deskriptif yaitu penelitian yang dikaitkan dengan pokok masalah yang akan diteliti dengan tujuan untuk mendapatkan masalah-masalah yang bersifat aktual agar dapat dicarikan jalan keluarnya secara efektif dan efisien.

3. Metode Pengumpulan Data

Sebagai suatu karya ilmiah, skripsi ini ditulis berdasarkan data-data yang didapatkan melalui :

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari lapangan. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan cara wawancara, peneliti mengadakan tanya jawab mengenai upaya-upaya yang telah dilakukan oleh pemilik perusahaan Gentong Gotri dalam menyingkapi pelanggaran-pelanggaran terhadap merek rokok "Gentong Filter".

b. Data Sekunder

Data ini diperoleh melalui bahan kepustakaan, yaitu bahan-bahan yang dapat diperoleh dari buku-buku literatur, dokumen-dokumen hasil penelitian, Undang-Undang dan peraturan-peraturan yang ada hubungannya dengan penulisan hukum ini. Data yang diperoleh melalui penelitian kepustakaan disebut data sekunder.

4. Metode Penyajian Data

⁴ Ronny Hanitjo Soemitro *Metodologi Penelitian Hukum*. Ghalia Indonesia. Semarang. 1982 hal 24

Data yang telah terkumpul dalam penelitian ini belumlah mempunyai suatu analisa yang berarti, terutama jika dikaitkan dengan tujuan penelitian. Hal ini dikarenakan data-data yang telah diperoleh tersebut masih data mentah dan diperlukan pengolahan dan analisa lebih lanjut. Untuk keperluan tersebut maka penyajian data dalam bentuk uraian-uraian deskriptif.

B. Metode Analisa Data

Semua data-data yang telah diperoleh melalui penelitian yang kemudian disajikan dalam bentuk uraian, baik yang diperoleh melalui buku-buku kepustakaan maupun yang diperoleh melalui wawancara dengan jalan mengajukan pertanyaan-pertanyaan tertulis maupun lisan tersebut kemudian dianalisa sebagai suatu yang utuh. Analisa yang digunakan dalam skripsi ini adalah analisa kualitatif. Analisa kualitatif yaitu pembahasan hasil penelitian yang disajikan dalam bentuk suatu uraian dan bukan dalam bentuk suatu angka.

C. Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyusun dengan sederhana tiap-tiap pokok permasalahan yang ada. Dimana dalam penulisan dalam skripsi ini terdiri dari IV (empat) bab dan tiap-tiap bab tersebut dibagi dalam sub-sub bab. Adapun penyusunan mengenai sistematika penulisan adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab pendahuluan ini, penulis menguraikan latar belakang permasalahan berdasar alasan yang tepat dan terarah, kemudian ruang lingkup permasalahan dibatasi agar dalam penulisan skripsi ini tidak terlalu meluas

guna menentukan langkah penulisan berikutnya, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian agar penulisan skripsi ini mempunyai tujuan yang hendak dicapai dan juga pada akhirnya memiliki suatu kegunaan. Kemudian terminologi dan pada akhirnya untuk mengetahui cara-cara bagaimana penyusunan skripsi agar dapat mudah dibaca dan dimengerti maka digunakan metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini akan dibahas mengenai tinjauan umum mengenai merek, pengertian umum merek dan sejarahnya, arti penting dari pendaftaran merek, tata cara permintaan pendaftaran merek, istilah-istilah dan pengertian-pengertian, permasalahan seputar merek, aspek-aspek hukum dalam upaya penegakan hukum dan perlindungan terhadap merek, kemudian bagaimana kedudukan merek dagang dan peranan merek dalam perdagangan barang dan jasa serta perlindungan hukum atas merek berdasarkan pada Undang-Undang No 15 Tahun 2001.

BAB III : PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai hasil penelitian yang didapat penulis dari objek penelitian sesuai dengan judul skripsi yang penulis ambil yaitu "PERLINDUNGAN HUKUM PEMAKAIAN MEREK "GENTONG FILTER" PT GENTONG GOTRI SEMARANG DITINJAU DARI UU NO 15 TAHUN 2001". Dalam bab ini diketengahkan mengenai perkembangan dari Perusahaan Gentong Gotri, mulai dari sejarah berdirinya perusahaan tersebut, kemudian alasan pemilihan merek rokok "Gentong Filter" sebagai label dari produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut, munculnya pelanggaran-pelanggaran terhadap

penanganan terhadap merek berupa pengakuan merek oleh warga sekitar dengan
usaha pemertajuan dari pemilik merek yang sebenarnya, upaya-upaya yang telah
dilakukan oleh pemilik perusahaan untuk melakukan usaha perlindungan terhadap
merek rokok "Gentong Filter" yang dimiliki olehnya dimana pemilik perusahaan
merek "Gentong Filter" tersebut merupakan pihak pertama dan berdasarkan
pemilikannya dari dilakukannya pemakaian merek rokok "Gentong Filter"
sebagai label dari produk perusahaannya. Dan juga peninjauan secara yuridis
bagaimanakah penanganan penindakan pelanggaran dibidang merek berdasarkan
sistem perdata maupun berdasarkan hukum pidana. Untuk berikutnya adalah
sistem data dimana penulis akan menguraikan lebih lanjut bagaimana sebenarnya
perlindungan hukum terhadap merek rokok "Gentong Filter" di Semarang dan
menyungkapkan bagaimana kenyataan yang didapat setelah dilakukannya
penelitian.

BAB IV : PENUTUP

Bab ini memuat kesimpulan dan saran-saran yang dapat penulis
simpulkan setelah mengetahui data-data yang diperoleh dari lapangan dan
literatur pustaka atau berdasarkan peraturan yang berlaku.