

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kecenderungan perluasan globalisasi di bidang ekonomi, sosial, budaya maupun kehidupan, perdagangan, terutama karena teknologi informasi, transparansi menempatkan dunia sebagai pasar tunggal bersama, menuntut pengaturan yang dapat memberi perlindungan hukum yang memadai, apalagi berbagai Negara semakin mengandalkan kegiatan ekonomi dan perdagangan pada produk-produk yang dihasilkan atas dasar intelektual manusia.

Aspek perlindungan terhadap Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) merupakan issue yang menarik dibicarakan saat ini. Permasalahan HAKI ini telah dibicarakan dunia sejak tahun 1986 hingga tahun 1994 melalui perjanjian yang dihasilkan oleh perundingan *Uruguay Round*. Dalam perjanjian mengenai HAKI tersebut terdapat hal-hal pokok yang menjadi cakupan perjanjian, antara lain : ketentuan mengenai jenis Hak Atas Kekayaan Intelektual yang tercakup dalam perjanjian, standar minimum perlindungan atau rincian ketentuan mengenai sejauh mana perlindungan tersebut harus dilakukan oleh Negara peserta, ketentuan mengenai sejauh mana pelaksanaan kewajiban perlindungan HAKI, ketentuan mengenai kelembagaan dan ketentuan mengenai penyelesaian sengketa.

Luasnya cakupan perlindungan hukum HAKI yang meliputi perlindungan hukum di bidang Hak Cipta, Paten dan Merek, juga memerlukan penelitian yang

bersifat *komprehensif*. Perlindungan hukum HAKI di Indonesia dapat ditempuh secara preventif maupun represif. Tujuan dari perlindungan hukum bukan untuk mematikan monopoli, sebaliknya untuk mendorong seorang penemu atau pencipta karya yang baru semakin mengembangkan karyanya dan memanfaatkannya secara khusus untuk jangka waktu tertentu sekaligus melarang orang lain selain pemegang hak untuk meniru, memalsukannya. Kenyataan yang terjadi adalah adanya pelanggaran-pelanggaran yang serius terhadap hak milik orang lain dalam perdagangan suatu produk di pasar, baik di pasar domestik maupun internasional. Seperti yang telah disebutkan bahwa merek adalah salah satu jenis HAKI yang dilindungi. Sebenarnya masyarakat dunia telah mengenal merek sejak lama. Merek telah digunakan sejak ratusan tahun untuk memberikan tanda dari produksi yang di hasilkan dengan maksud menunjukkan asal-usul barang (*indication of origin*). Merek dan sejenisnya dikembangkan oleh para pedagang sebelumnya adanya industrialisasi. Bentuk sejenis merek mulai kita kenal dari bentuk resmi (*hallmark*) di Inggris. Sistem tanda resmi seperti itu terus dipakai karena bisa membedakan dari penghasil barang sejenis lainnya. Kebutuhan adanya perlindungan hukum atas merek semakin berkembang dengan pesatnya orang-orang yang melakukan peniruan.

Berkembangnya perdagangan internasional mengakibatkan adanya kebutuhan untuk perlindungan merek secara internasional pula. Tahun 1883 di

Paris dibentuk sebuah konvensi mengenai hak milik perindustrian, yang menjadi tonggak sejarah mulainya perkembangan peraturan merek secara internasional.

Era perdagangan global hanya dapat dipertahankan jika terdapat persaingan usaha yang sehat. Di sini merek memegang peranan yang sangat penting yang memerlukan sistem peraturan yang lebih memadai. Berdasarkan pertimbangan tersebut dan sejalan dengan perjanjian internasional yang telah diratifikasi Indonesia serta pelaksanaan melaksanakan administrasi merek, diperlukan penyempurnaan Undang-undang Merek. Sebenarnya Indonesia telah mengenal Hak Merek pertama kali pada saat dikeluarkannya Undang-undang Hak Milik Perindustrian yaitu dalam : “*Reglement Industriele Eigendom Kolonien*”, Stb 545 tahun 1912, yang kemudian diganti dengan Undang-undang merek No. 21 tahun 1961 kemudian disempurnakan menjadi Undang-undang merek No. 19 tahun 1992 (Lembaran Negara tahun 1992) sebagaimana telah diubah dengan Undang-undang merek yang baru yaitu Undang-undang Merek No. 15 tahun 2001.

Persaingan yang ketat antara produsen sering diwarnai dengan persaingan-persaingan yang tidak sehat. Penjiplakan, pemalsuan dan peniruan adalah salah satu cara yang mudah agar eksistensi suatu produk diakui dan digunakan dalam masyarakat. Salah satu cara agar suatu produk diterima oleh masyarakat adalah dengan menjiplak atau memalsu merek dagang yang sudah terkenal di masyarakat.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta (selanjutnya disingkat UUHC), Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2016 Tentang Hak Paten (UUHP) dan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek (UUM), terdapat dua pejabat yang berwenang untuk melakukan penyidikan terhadap kejahatan HAKI, yaitu Penyidik Pejabat Kepolisian Negara Republik Indonesia pejabat Penyidik Pegawai Negeri Sipil tertentu. Dalam berbagai kesempatan pertemuan ilmiah (loka karya, seminar dan lain-lain), pembahasan mengenai peranan POLRI dalam menanggulangi pelanggaran di bidang HAKI cukup mendapat perhatian.

Kepolisian Negara Republik Indonesia adalah penegak hukum yang bertugas menjaga, melindungi dan menstabilkan keamanan Negara sehingga apabila terjadi gangguan yang mengancam keamanan Negara maka akan melaksanakan tugasnya sesuai yang diatur dalam Kitab Undang-undang Hukum Acara Pidana dan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Agar dapat menjamin kestabilan Negara dan masyarakat maka terdapat pula aturan-aturan yang disertai ancaman pidana yang ada di Indonesia yaitu Kitab Undang-undang Hukum Pidana. Tindak Pidana pemalsuan Merek tersebut diatur dalam buku II, Bab XI Kitab Undang-undang Hukum Pidana dan lebih spesifiknya diatur dalam Undang-undang No. 15 tahun 2001 Tentang Merek dan juga diperbaharui dengan Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016. Berdasarkan pemikiran tersebut penulis mengadakan penelitian dengan judul “Kebijakan Tindak Pidana Merek Di Polda Jateng”

B. Perumusan Masalah

Dari uraian tersebut diatas dapat dirumuskan suatu permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaturan pidana mengenai merek berdasarkan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 dan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 ?
2. Bagaimana upaya penanggulangan tindak pidana merek di lingkungan Polda Jateng berdasarkan Undang-Undang yang sudah ada dan berdasarkan Undang-Undang yang baru ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaturan pidana mengenai merek berdasarkan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 dan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016.
2. Untuk mengetahui dan menganalisa upaya penanggulangan tindak pidana merek di lingkungan Polda Jateng berdasarkan Undang-Undang yang sudah ada dan berdasarkan Undang-Undang yang baru.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan masukan yang baik dari sudut ilmu pengetahuan maupun dari sudut praktis, antara lain:

1. Secara Teoritik

- a. Memberikan sumbangan pemikiran terhadap ilmu pengetahuan di bidang hukum, khususnya mengenai Kebijakan Tindak Pidana Merek Di Polda Jateng.
- b. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan tambahan perbendaharaan literatur dan menambah khasanah dunia kepastakaan, sehingga dapat menjadi bahan acuan untuk mengadakan kajian dan penelitian selanjutnya dengan pokok bahasan yang berkaitan satu sama lainnya.

2. Secara Praktik

- a. Sebagai rekomendasi strategis kepada instansi-instansi terkait dalam kebijakan tindak pidana merek di Polda Jateng
- b. Sebagai tambahan informasi bagi instansi dan pihak-pihak terkait di dunia usaha dalam pengawasan merek dagang
- c. Untuk memberikan pengetahuan dan informasi kepada masyarakat mengenai merek palsu dan peredarannya.

E. Kerangka Konseptual

1. Pengertian Umum Tentang Merek

Merek adalah tanda berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut memiliki daya

pembeda dengan merek lain yang digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.

Macam-macam merek ada 3 (tiga) macam, yaitu :

a) 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.

b) Merek Jasa

adalah merek yang dipergunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa-jasa sejenis lainnya.

c) Merek Kolektif

adalah merek yang dipergunakan pada barang atau jasa dengan karakteristik yang sama, diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara berama-sama.

Sebuah merek dapat disebut merek jika memenuhi syarat mutlak berupa adanya daya pembeda yang cukup (*capable of distinguishing*). Maksudnya tanda yang dipakai (*sign*) tersebut mempunyai kekuatan untuk membedakan barang atau jasa yang diproduksi sesuatu perusahaan dari perusahaan lainnya. Untuk

mempunyai daya pembeda ini, maka merek ini harus dapat memberikan penentuan atau “ *individualisering* “ pada barang atau jasa yang bersangkutan.¹

2) Fungsi Merek

Beberapa fungsi merek antara lain menghubungkan barang dan jasa yang bersangkutan dengan produsennya, hal itu menggambarkan jaminan kepribadian dan reputasi barang dan jasa, jaminan nilai atau kualitas barang dan jasa yang bersangkutan, memberikan perlindungan dan jaminan mutu barang pada konsumen, sebagai sarana promosi bagi produsen dan untuk mempertahankan “ *goodwill* “ di mata konsumen.

2. Pengertian Umum Tentang Merek dalam UU No. 15 Tahun 2001 tentang Merek.

Pada hakikatnya Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) adalah pengakuan dan penghargaan pada seseorang atau badan hukum atas penemuan atau penciptaan karya intelektual mereka dengan memberikan hak-hak khusus mereka, baik yang bersifat sosial maupun ekonomis.² Hak Atas Kekayaan Intelektual dibagi menjadi kelompok besar, pertama adalah Hak Cipta (*Copyright*), kedua adalah hak milik perindustrian (*Industrial property*).

¹ Djumhana, Muhammad, 1993, Hukum Perbankan di Indonesia. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, hlm.31

² Ismail Saleh. *Hukum dan Ekonomi*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama, 1990 hlm. 45

Kelompok hak milik perindustrian ini masih dibagi lagi dalam tiga bidang. Masing-masing paten (*patent*), merek (*trademark*) dan desain produk industri (*industrial design*) namun dalam bab ini hanya akan dibahas tentang hak merek karena keterbatasan pembahasan.

Dalam undang-undang merek pasal 1 (UU 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 digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.³ Pengertian dalam undang-undang ini sama dengan yang ada dalam Undang-Undang No. 19 tahun 1992 tanpa ada perubahan dan penambahan.⁴

Pengertian merek ada lima pembatasannya menurut Ricard Burton Simatupang :

- a.** Merek dapat disebut sebagai tanda pembeda atau mempunyai daya pembeda.
- b.** Merek dapat diingat dan dapat diulang-ulang apabila konsumen membeli barang yang sama.
- c.** Sebagai suatu simbol.
- d.** Menetapkan suatu standar/ kualitas/ mutu barang.

³ *Paten dan Merek*, (UU No. 14 tahun 2001 dan UU No. 15 tahun 2001) Media presindo Yogyakarta. Cet. I. Tahun 2001 Lihat juga: Sudarsono, *Kamus Hukum*, merek adalah (1) tanda yang dikenakan leh pengusaha pabrik, produsen, teristimewa pada barang-barang yang dihasilkan sebagai tanda pengenal; cap atau tanda yang menjadi pengenal untuk menyatakan nama sesuatu. (2) kegagahan; keunggulan; kualitas, hal ini erat kaitannya dengan KUH Pidana 254.

⁴ Lihat Abdul Kadir Muhammad, *Hukum Harta Kekayaan*, Jakarta. Citra Aditya Bakti 1994. Cet. I. hlm. 129.

e. Melindungi para konsumen.⁵

Hakikat dari sebuah merek adalah tanda yang memiliki daya pembeda. Daya pembeda inilah yang menjadi syarat mutlak suatu merek. Daya pembeda adalah suatu kekuatan yang membedakan dari barang dan jasa yang diproduksi oleh perusahaan lain.⁶ Sebagai tanda pembeda merek dicantumkan pada barang, bungkus barang, atau dicantumkan pada hal-hal yang berkenaan jasa, sehingga orang dapat mengenal barang atau jasa melalui mereknya.⁷

Hak kepemilikan merek mencakup pada merek dagang dan merek jasa. 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.⁸

Dengan demikian suatu merek dagang memperlihatkan suatu mata rantai antara barang tertentu dan pemilik atau pemakai merek. Sedangkan pengertian

⁵ Lihat juga Marius P Angipura, *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta. Raja Grafindo. 1999. cet I. Hlm.15. Pengertian merek menurut kosa kata dalam bukunya disebutkan bahwa, **Nama Merek** adalah bagian dari suatu merek yang dapat dilafalkan dan diucapkann misalnya coca cola, baygon, dll, **Tanda Merek** adalah bagian dari suatu merek yang dapat dikenali tetapi tidak dapat dilafalkan, suatu simbol, disain, atau macamnya. Misalnya kepala singa untuk balsem, **Merek Dagang** adalah merek atau bagaian dari suatu merek yang mendapatkan perlindungan hukum karena mamapu untuk memperoleh hak secara efektif. *opcit.* hal. 112

⁶ Laden Marpaung, *Tindak Pidana Terhadap Hak Kekayaan Intelaktuai*. Jakarta. Sinar Grafika. 1992. cet I. Hlm. 140. Lihat juga R Soekardono, *Hukum Dagang Indonesia Jilid I*. Jakarta. Dian Rakyat 1999. cet I. Hlm. 143.

⁷ Merek tersebut melambangkan kualitas produk yang dihasilkan dan dijual oleh perusahaan perdagangan atau perusahaan jasa tertentu. Barang atau jasa bisa terkenal karena merek yang melekat pada barang dan jasa itu, yang melambangkan kualitasnya. Merek menyatakan jaminan dan reputasi barang atau jasa dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.

⁸ Lihat juga David I Bain Bridge, *Komputer dan Hukum* (terjemahan) Prasadi T Susmaatmaja. Jakarta. Sinar Grafika , 1993. Cet. I. Hlm. 69. Merek dagang dalam pasal 68 ayat 1 Trade Mark Act 1938 (ketentuan penafsiran) memberikan definisi sebagai berikut : Suatu tanda (merek)...yang digunakan dalam kaitan dengan barang untuk tujuan mengidentifikasi, suatu hubungan dalam perdagangan antara barang dan orang-orang yang memiliki hak baik sebagai pemilik ataupun pemakai yang terdaftar untuk menggunakan merek baik dengan atau tanpa suatu pengindikasian indentitas orang yang bersangkutan. *opcit.* Laden Marpaung.

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.⁹

Selain pengertian diatas ada juga pengertian Merek Kolektif, yaitu Merek yang digunakan pada barang dan/atau jasa dengan karakteristik yang sama yang diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa sejenis lainnya.¹⁰

3. Ruang Lingkup Merek dalam UU No. 15 Tahun 2001 tentang Merek.

Dalam UU No. 15 tahun 2001 diatur bahwa suatu tanda diakui sebagai merek apabila didaftarkan pada kantor Ditjen Hak Cipta dan Merek Departemen Kehakiman RI dan dicatat dalam Daftar Umum Merek. Suatu merek tidak dapat didaftarkan dan yang ditolak apabila mengandung suatu unsur tertentu atau Merek tersebut didaftarkan atas dasar Permohonan yang diajukan oleh Pemohon yang beriktikad tidak baik.

Merek tidak dapat didaftar apabila Merek tersebut mengandung salah satu unsur di bawah ini:

- a) Bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, moralitas agama, kesusilaan, atau ketertiban umum;
- b) Tidak memiliki daya pembeda;

⁹ UU No. 15 Tahun 2001 Tentang Merek

¹⁰ *Ibid.*

- c) Telah menjadi milik umum; atau
- d) Merupakan keterangan atau berkaitan dengan barang atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya.¹¹

Suatu merek juga tidak dapat didaftarkan dan harus ditolak oleh Direktorat Jenderal apabila *pertama*, Merek tersebut mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan Merek milik pihak lain yang sudah terdaftar lebih dahulu untuk barang dan/atau jasa yang sejenis, *kedua*, mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan Merek yang sudah terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis, atau *ketiga*, mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan indikasi-geografis yang sudah dikenal. Ketentuan ini dapat pula diberlakukan terhadap barang dan/atau jasa yang tidak sejenis sepanjang memenuhi persyaratan tertentu yang akan ditetapkan lebih lanjut dengan Peraturan Pemerintah.¹² Dan apabila barang seperti di atas tetap diproduksi dan dipasarkan maka perbuatan itu dinamakan sebagai pelanggaran hak atas merek.

Permohonan juga harus ditolak oleh Direktorat Jenderal apabila Merek tersebut:

- a) Merupakan atau menyerupai nama orang terkenal, foto, atau nama badan

¹¹ Soedjono Dirdjosisworo. *Hukum Perusahaan Mengenai Hak Atas Kekayaan Intelektual*. Bandung, Mandar Madju. 2000. Cet. I. Hlm. 213

¹² Sujud Margono dan Amir Angkasa, *Komersialisasi Aset Intelektual*. Jakarta. Gramedia. 2000. hlm. 11

hukum yang dimiliki orang lain, kecuali atas persetujuan tertulis dari yang berhak;

- b) Merupakan tiruan atau menyerupai nama atau singkatan nama, bendera, lambang atau simbol atau emblem negara atau lembaga nasional maupun internasional, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang;
- c) Merupakan tiruan atau menyerupai tanda atau cap atau stempel resmi yang digunakan oleh negara atau lembaga Pemerintah, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang.¹³

4. Tinjauan Tindak Pidana Pemalsuan Merek

a. Pengertian Tindak Pidana

Tindak pidana adalah suatu perbuatan yang pelakunya dapat dikenakan hukuman dan pelakunya dikatakan dengan subyek tindak pidana. Perbuatan Pidana adalah perbuatan yang oleh suatu aturan hukum dilarang dan diancam pidana, asal saja dalam pidana itu diingat bahwa larangan ditujukan terhadap perbuatan, sedangkan ancaman pidananya ditujukan kepada orang yang menimbulkan kejadian itu.¹⁴

Suatu perbuatan dapat dikatakan sebagai perbuatan pidana apabila memenuhi beberapa unsur yaitu :

1) Unsur perbuatan

¹³ Opcit. 215. Lihat juga, Richard Burton, *Aspek Hukum dalam Bisnis*, Rineka, Jakarta 1996, Cet. I hlm. 114

¹⁴ *Moeljatno. 2000. Asas Asas Hukum Pidana*. PT. Rineka Cipta- Jakarta, hlm.52.

Bahwa suatu perbuatan atau tindakan adalah merupakan titik hubung untuk terjadinya suatu tindak pidana. Pernyataan ini meliputi perbuatan berbuat ataupun tidak berbuat sesuatu.

2) Unsur bersifat melawan hukum

Mengenai unsur melawan hukum ini terdapat dua ajaran yaitu melawan hukum formil (yang disebut melawan hukum adalah yang bertentangan dengan hukum tertulis saja) dan ajaran melawan hukum materiil (disebut melawan hukum karena bertentangan dengan hukum tertulis dan bertentangan dengan hukum tidak tertulis).

3) Unsur kesalahan

Kesalahan menurut Junkers meliputi tiga bagian, yaitu :

- a) Kesengajaan dan kealpaan.
- b) Meliputi juga sifat melawan hukum.
- c) Kemampuan bertanggung jawab.

4) Unsur kemampuan bertanggung jawab

Dalam Pasal 44 ayat 1 KUHP dinyatakan bahwa :

Barang siapa melakukan perbuatan yang tidak dapat dipertanggung jawabkan, disebabkan karena jiwanya cacat dalam tubuhnya (*gebrekkigeontwikkeling*) atau terganggu karena penyakit (*ziekelijke storing*), tidak dipidana. Dalam pasal ini memuat alasan yang terdapat

dalam diri si pembuat, yang menjadi alasan sehingga perbuatan yang dilakukannya itu tidak dapat dipertanggung jawabkan kepadanya.

5) Unsur memenuhi rumusan Undang-undang

Suatu perbuatan dapat dijatuhi pidana jika perbuatan tersebut telah diatur sebelumnya di dalam Undang-undang, seperti yang dikatakan Pasal 1 ayat (1) KUHP yaitu : tiada suatu perbuatan dapat dipidana kecuali atas kekuatan aturan pidana dalam perundang-undangan yang telah ada sebelum perbuatan dilakukan.

F. Metode Penelitian

Metode penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini terdiri atas:

1. Tipe Penelitian

Jenis penelitian yang dipergunakan dalam menyelesaikan tesis ini adalah metode penelitian yuridis normatif bersifat deskriptif analisis, yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka (data sekunder) atau penelitian hukum perpustakaan¹⁵.

¹⁵ Ediwarman, *Monograf, Metodologi Penelitian Hukum*, Medan: Program Pascasarjana Univ. Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan, 2010, hal. 24

2. Metode Pendekatan

Menurut Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji¹⁶ Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian hukum empiris atau biasa disebut penelitian *yuridis empiris*. Dalam penelitian ini, hukum dikonsepsikan sebagai suatu gejala empiris yang dapat diamati di dalam kehidupan nyata.

3. Sumber Data dan Jenis Data

Jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Untuk memperoleh data primer peneliti mengacu terhadap data atau fakta-fakta dan kasus hukum yang diperoleh langsung melalui penelitian di lapangan termasuk keterangan dari responden yang berhubungan dengan objek penelitian dan praktik yang dapat dilihat serta berhubungan dengan obyek penelitian. Sementara data sekunder dilakukan dengan cara studi kepustakaan. Data sekunder ini berguna sebagai landasan teori untuk mendasari penganalisaan pokok-pokok permasalahan yang ada dalam penelitian ini. Data sekunder dalam penelitian ini meliputi :

- a. Bahan hukum primer.
- b. Bahan Hukum sekunder.

Buku-buku, dokumen hasil penelitian di bidang hukum khususnya masalah Kebijakan Tindak Pidana Merek Di Polda Jateng.

- c. Bahan Hukum Tersier, yang terdiri dari :

¹⁶ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif suatu Tinjauan Singkat* Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001 hal. 13-14

Kamus Bahasa Indonesia, Kamus Bahasa Inggris, Kamus Hukum, Ensiklopedia serta sarana ajar (*hand out*) tentang tata cara penulisan karya ilmiah.

4. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data difokuskan pada yang ada, sehingga dalam penelitian ini tidak menyimpang dan kabur dalam pembahasannya. Penelitian ini menggunakan *Library Research* (studi kepustakaan) yaitu pengumpulan data yang diperoleh dari sumber-sumber literature, karya ilmiah, peraturan perundang-undangan serta sumber-sumber tertulis lainnya yang berhubungan dengan masalah yang diteliti sebagai landasan teori. Dari penelitian ini data yang diperoleh disebut data sekunder.

5. Metode Analisis Data

Metode analisa data yang digunakan adalah analisa normatif, yaitu dengan memperhatikan fakta-fakta yang ada dalam praktek lapangan yang kemudian dibandingkan dengan uraian yang didapat dari studi kepustakaan. Dari analisis tersebut dapat diketahui efektifitas sistem hukum yang bersifat edukatif terhadap masyarakat dalam mengetahui Kebijakan Tindak Pidana Merek Di Polda Jateng.

Sebagai cara untuk menarik kesimpulan dari hasil penelitian yang sudah terkumpul, metode analisa data yang digunakan adalah Normatif Kualitatif. Normatif karena penelitian ini bertitik tolak dari peraturan - peraturan yang ada sebagai norma hukum positif, sedangkan kualitatif maksudnya analisa data yang

bertitik tolak pada informasi-informasi yang didapat dari responden untuk mencapai kejelasan masalah yang akan dibahas.

G. Sistematika Penulisan

Bab I Pendahuluan, yang menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka konseptual, metode penelitian dan sistematika tentang Kebijakan Tindak Pidana Merek Di Polda Jateng.

Bab II Kajian Pustaka, yang menguraikan tentang pengertian-pengertian Kebijakan Tindak Pidana Merek Di Polda Jateng.

Bab III Hasil Penelitian dan Pembahasan yang menguraikan tentang Kebijakan Tindak Pidana Merek Di Polda Jateng.

Bab IV Penutup yang merupakan bab terakhir yang berisi mengenai kesimpulan dan saran-saran.