

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pengaturan mengenai Hak Kekayaan Intelektual (HKI) merupakan konsekuensi logis atas terbentuknya negara hukum khususnya di negara Indonesia karena Indonesia merupakan negara hukum. Tujuan pengaturan mengenai Hak Kekayaan Intelektual adalah meningkatnya daya kompetisi dan pangsa pasar dalam komersialisasi kekayaan intelektual kemudian dapat pula dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam penentuan strategi penelitian, usaha, dan industri di Indonesia, pengaturan Hak Kekayaan Intelektual salah satunya adalah hak merek. Merek merupakan dasar perkembangan perdagangan modern dengan ruang lingkup yang mencakup reputasi penggunaan merek, lambang kualitas, standar mutu, sarana menembus segala jenis pasar, dan diperdagangkan dengan jaminan guna menghasilkan keuntungan besar.¹ Terdapatnya merek dapat lebih memudahkan konsumen membedakan produk yang akan dibeli oleh konsumen dengan produk lain sehubungan dengan kualitasnya, kepuasan dan kebanggaan yang melekat pada merek.

¹Abdulkadir Muhammad, *Kajian Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*, Cipta Aditya Bakti, Bandung, 2001, hlm. 68.

Perekonomian dunia saat ini teruslah berkembang, oleh karena itu suatu barang atau jasa yang diproduksi oleh perusahaan diperlukan tanda pembeda, maksud dari pembeda tersebut adalah memberikan sebuah nama, tanda, simbol-simbol atau warna-warna yang sering dikenal dengan Merek. Peran Merek sangat diperlukan agar tidak terjadi permasalahan peniruan atau serupa pada barang atau jasa yang diproduksi oleh perusahaan lain sehingga tidak terjadi persaingan tidak sehat dalam pangsa pasar.

Merek di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang didefinisikan dalam Pasal 1 ayat (1) yaitu:

“Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut membedakan barang dan/atau jasa yang di produksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.”²

Merek sebagai Hak Atas Kekayaan Intelektual pada dasarnya ialah tanda untuk mengidentifikasi asal barang dan/atau jasa dari suatu perusahaan dengan barang dan/atau jasa perusahaan lain. Merek merupakan ujung tombak perdagangan barang dan jasa.³ Melalui merek, pengusaha dapat menjaga dan

²Undang-Undang Paten dan Merek dan Indikasi Geografis.

³Rahmi Jened, *Hukum Merek Dalam Era Global & Intregasi Ekonomi*, Prenadamedia Group, Jakarta, 2015, hlm. 3.

memberikan jaminan akan kualitas barang dan/atau jasa yang dihasilkan dan mencegah tindakan persaingan yang tidak jujur dari pengusaha lain yang beritikad buruk yang bermaksud membonceng reputasinya. Merek sebagai sarana pemasaran dan periklanan memberikan suatu tingkat informasi tertentu kepada konsumen mengenai barang dan/atau jasa yang dihasilkan pengusaha.

Menurut Direktorat Jenderal HAKI, Hak Atas Kekayaan Intelektual adalah hak atas suatu benda yang bersumber dari intelektual manusia atau pribadi sehingga yang menghasilkannya mendapatkan kepemilikan secara alamiah. Sehingga melalui Hak Atas Kekayaan Intelektual dapat menjaga dan mempertahankan produk yang dibuat olehnya tanpa rasa takut terhadap pihak lain yang ingin plagiat produknya. Oleh karena itu, Merek sebagai bagian dari Hak Atas Kekayaan Intelektual perlu mendapat perlindungan hukum yang menjamin kepastian hukum, keadilan dan kemanfaatan.⁴

Pesatnya perkembangan periklanan, baik nasional maupun internasional dewasa ini dan dalam rangka pendistribusian barang dan/atau jasa membuat merek semakin tinggi nilainya. Merek yang didukung dengan media periklanan membuat pengusaha memiliki kemampuan untuk menstimulasi permintaan konsumen sekaligus mempertahankan loyalitas konsumen atas produk barang dan/atau jasa yang dihasilkannya. Inilah yang menjadikan merek sebagai suatu keunggulan kompetitif dan keunggulan kepemilikan untuk bersaing di pasar

⁴ Direktorat Jenderal HKI, "Pengertian HKI Menurut Direktorat Jenderal HKI" <http://dgip.go.id/memahami-hki-hki>, diakses pada tanggal 18 Januari 2020.

global.

Melihat pentingnya pengaturan merek sehingga dibuatlah Undang-undang yang disesuaikan dengan perkembangan dan Undang-undang merek yang terakhir adalah Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, sebelumnya Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek (selanjutnya disebut UU Merek) demi memberikan kepastian hukum yang berkeadilan terkait permasalahan merek. Pada tahun 1961, peraturan hukum kolonial mengenai merek tahun 1912 tetap berlaku sebagai akibat dari penerapan pasal-pasal peralihan dalam UUD 1945 dan UU RIS 1949 serta UU Sementara 1950. UU Merek Nomor 21 tahun 1961 tersebut sebenarnya hanya merupakan ulangan dari peraturan sebelumnya.

Fungsi utama dari sebuah Merek adalah agar konsumen dapat membedakan suatu barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh perusahaan sehingga dapat dibedakan dari produk perusahaan lain. Maka konsumen akan merasakan kepuasan terhadap suatu Merek barang/jasa agar dapat membedakan antara produk asli dengan produk yang memiliki kemiripan.⁵

Pada tahun 1992, Undang-undang Nomor 19 tahun 1992 mengenai merek diundangkan menggantikan Undang-undang Nomor 21 tahun 1961. Dengan adanya peraturan baru tersebut, surat keputusan administratif yang terkait dengan prosedur pendaftaran merek pun dibuat. Berkaitan dengan

⁵ Rahmi Jened, *Hukum Merek Dalam Era Global & Intregasi Ekonomi*, Prenadamedia Group, Jakarta, 2015, hlm 3.

kepentingan reformasi aturan merek, Indonesia turut serta meratifikasi Perjanjian Internasional Merek WIPO (*World Intellectual Property Organization*). Tahun 1997, Undang-undang Nomor 19 tahun 1992 diubah dan disempurnakan menjadi Undang-undang Nomor 14 tahun 1997 dengan mempertimbangkan aspek-aspek dari TRIPs-GATT.

Pada tahun 2001, Undang undang Merek baru berhasil diundangkan oleh pemerintah. Undang-undang tersebut berisi tentang berbagai hal yang sebagian besar sudah diatur dalam aturan terdahulu. Beberapa perubahan penting yang tercantum dalam Undang-undang Nomor 15 tahun 2001 adalah penetapan sementara pengadilan, perubahan delik biasa menjadi delik aduan, peran Pengadilan Niaga dalam memutuskan sengketa merek, kemungkinan menggunakan alternatif penyelesaian sengketa dan ketentuan pidana yang diperberat.

Lalu pada tahun 2016, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis disahkan oleh Presiden Joko Widodo tanggal 25 November 2016, Undang-Undang tersebut mencabut Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek. Latar belakang disahkannya adalah didalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek masih terdapat kekurangan dan belum dapat menampung perkembangan kebutuhan masyarakat di bidang Merek dan Indikasi Geografis serta belum cukup menjamin perlindungan potensi

ekonomi lokal dan nasional sehingga perlu diganti.⁶

Dalam masyarakat masih banyak terjadi praktek penyalahgunaan sebuah Merek dagang yang hanya bersifat umum, padahal masyarakat-masyarakat telah diketahui sejak lama, dimana seharusnya Merek tersebut telah menjadi milik bersama dan bukan untuk kepentingan individu atau bermonopoli. Kompleksitas dari aturan hukum mengenai merek telah menjamin kepastian hukum dalam beberapa hal, namun tidak menutup kemungkinan adanya persengketaan merek. Salah satu perkara merek yang akan penulis bahas dalam penelitian ini yaitu sengketa merek “Lau’s Kopitiam” melawan merek “KOPITIAM”. Pada tingkat Pengadilan Niaga, Pemilik merek “KOPITIAM” sebagai Tergugat di Pengadilan Niaga Jakarta Pusat dan Pemohon dalam Peninjauan Kembali digugat oleh Penggugat dalam Pengadilan Niaga Jakarta Pusat dan Termohon dalam Peninjauan Kembali selaku pemilik merek “Lau’s Kopitiam”.

Abdul Alex Soelystio telah mendaftarkan Merek bernama “KOPITIAM” permohonan tersebut di terima oleh Direktorat Jenderal HAKI dan pada tahun 2006 Abdul Alex Soelystio kembali memperpanjang Merek dan juga diterima oleh Direktori Jenderal HAKI dengan memperoleh sertifikat pendaftaran bernomor: IDM000030899. Setelah berhasil memperoleh hak atas nama KOPITIAM, Abdul Alex Soelystio mulai menggugat restoran-restoran dan kedai-kedai yang memakai nama KOPITIAM lainnya, salah satunya Lau’s Kopitiam.

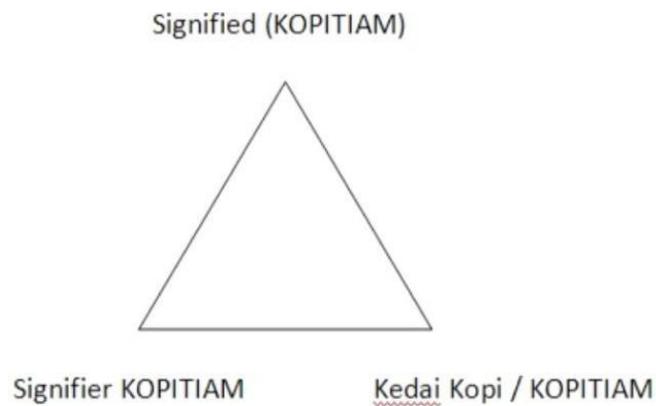
⁶<https://www.jogloabang.com/pustaka/uu-20-2016-merek-indikasi-geografis> diakses pada tanggal 18 Januari 2020

Pasal 20 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menyatakan bahwa, merek tidak dapat didaftar dan ditolak apabila merek tersebut mengandung salah satu unsur di bawah ini:

- a. Bertentangan dengan perundang-undangan yang berlaku, moralitas agama, kesusilaan, atau ketertiban umum;
- b. Sama dengan berkaitan dengan, atau hanya menyebut barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya;
- c. Memuat unsur yang dapat menyesatkan masyarakat tentang asal, kualitas, jenis, ukuran, macam, tujuan penggunaan barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya atau merupakan nama varietas tanaman yang dilindungi untuk barang dan/atau jasa yang sejenis;
- d. Memuat keterangan yang tidak sesuai dengan kualitas, manfaat, atau khasiat dari barang dan/atau jasa yang diproduksi;
- e. Tidak memiliki daya pembeda; dan/atau
- f. Merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum.

Terma “kopitiam” berasal dari dua suku kata yaitu, “kopi” yang merupakan bahasa Melayu, dalam Bahasa Indonesia berarti minuman yang bahannya dari serbuk pohon kopi dan “tiam” yang merupakan bahasa China.⁷ Seperti kita ketahui bahwa KOPITIAM yang merupakan gabungan kata Kopidari bahasa Melayu dan Tiam (Kedai) bahasa Hokian/Hokkien sudah menjadi kata umum dan gabungan katanya mengandung pengertian kedai kopi yang mengandung unsur fungsional atau mewakili produknya. Dengan demikian, kondisi memang merupakan kriteria tanda merek yang dilarang, kondisinya seperti tergambar dalam segitiga semiotic dibawah ini:

⁷ Rahmi Jened, *Hukum Merek dalam Era Global & Integrasi Ekonomi*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2015. hlm. 77.



Gambar 1.1
Segitiga Semiotik

Tidak terlihat ada ciri khas sebagaimana persyaratan sebuah merek karena tanda merek ini, pengertiannya bisa menjadi suatu merek kedai kopi, yang menjual minuman kopi dengan merek kedai kopi. Dalam persyaratan pengajuan pendaftaran merek berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Pasal 20, tidak boleh produk dan etiket mereknya sama karena ini akan membingungkan konsumen serta mengganggu persaingan usaha. Jika suatu kata atau tanda lainnya diterima pengajuan pendaftaran mereknya maka si pendaftar memegang hak secara eksklusif merek yang dimaksud. Orang atau badan lain tidak boleh menggunakan merek terdaftar untuk dipakai secara penuh atau yang mengandung persamaan pada pokoknya. Kopitiam tidak hanya merupakan merek generik tetapi juga merupakan merek deskriptif.

Dikatakan merek generik karena secara umum kata “kopi tiam” sudah dikenal di sebagian wilayah Indonesia khususnya daerah yang masih dalam rumpun Melayu yang dikenal sebagai kedai kopi. Oleh karena konsentrasi

usahanya adalah menyediakan suguhan kopi beserta kudapan/jajanan ringan yang lain (mirip kedai kopi), maka merek ini adalah merek diskriptif karena menerangkan tentang usahanya. Jadi jika penanda dan penandanya sama, tidak ada suatu bangunan konsepsi *secondary meaning*, serta digunakan untuk usaha di bidang yang secara umum sama dengan penanda dan penandanya. Dengan demikian, berdasarkan analisis dari segitiga tanda di atas, kata “kopi tiam” secara absolut tidak boleh didaftarkan sebagai merek.⁸

Berdasarkan uraian-uraian tersebut di atas, maka penulis akan melakukan penelitian hukum normatif yang berjudul **ANALISIS YURIDIS PUTUSAN MAHKAMAH AGUNG NOMOR 118 PK/PDT.SUS/2014 MENGENAI SENGKETA MEREK DAGANG KOPITIAM DAN LAU’S KOPITIAM PASAL 20 HURUF F UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah pertimbangan hukum hakim Mahkamah Agung dalam menyelesaikan sengketa Merek KOPITIAM dan Lau’s Kopitiam?
2. Bagaimanakah akibat hukum yang ditimbulkan dari Putusan Mahkamah Agung RI dalam Perkara Peninjauan Kembali Nomor 118 PK/Pdt.Sus-HKI/2014

⁸<https://business-law.binus.ac.id/2016/01/26/analisis-semiotika-hukum-untuk-kata-yang-telah-menjadi-milik-umum/> diakses pada tanggal 18 Januari 2020.

tentang penyelesaian sengketa Merek KOPITIAM?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini bertitik tolak pada permasalahan yang dikemukakan diatas, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pertimbangan hukum hakim dalam Putusan Mahkamah Agung Nomor 118 PK/Pdt.Sus-HKI/2014 berdasarkan Pasal 20 Huruf F Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2014.
2. Untuk mengetahui akibat hukum dan penyelesaian sengketa merek dagang Lau's Kopitiam dan KOPITIAM pada Putusan Mahkamah Agung Nomor 118 PK/Pdt.Sus/2014.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian yang dituangkan dalam bentuk penulisan hukum ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan kajian dan sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu hukum, yakni Hukum Hak Kekayaan Intelektual pada umumnya serta Hak atas Merek pada khususnya.
 - b. Diharapkan dapat memberikan bahan bacaan dan referensi bagi kepentingan akademis dan juga sebagai tambahan bagi kepastakaan.

2. Kegunaan Praktis

Diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan pemahaman mendalam bagi pihak-pihak terkait dalam pendaftaran merek:

a. Direktorat Jenderal Hak Atas Kekayaan Intelektual

Dengan adanya karya tulis ini diharapkan Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual dapat lebih memahami pengaturan mengenai merek, terkhususnya tentang *General Name* yang tidak dapat dimiliki oleh perseorangan.

b. Perguruan Tinggi

Dengan adanya karya tulis ini diharapkan menjadi pembelajaran dan referensi baru untuk perguruan Tinggi dalam mendalami Mengenai pengaturan tentang Hukum Merek

c. Pelaku Usaha

Dengan adanya Karya Tulis ini diharapkan kepada Pelaku Usaha untuk lebih mengetahui mengenai Pengaturan dan penggunaan tentang Merek.

E. Kerangka Pemikiran

Untuk melihat permasalahan hukum secara mendetail diperlukan beberapa teori yang merupakan rangkaian asumsi, konsep, definisi. Dalam menjawab permasalahan yang terkait, maka dalam tulisan ini akan diuraikan melalui teori-teori dan pendapat-pendapat para ahli antara lain:

1. Teori Hukum Privat

Utrecht membagi hukum menjadi dua golongan yaitu golongan hukum

publik dan golongan hukum privat atas dasar cara mempertahankan hak-hak yang ditimbulkan oleh hukum tersebut. Secara umum, negaralah yang mempertahankan hak tersebut, tetapi apabila hak yang dipertahankan adalah atas permintaan pihak (individu) yang dirugikan akibat adanya pelanggaran hak, maka peraturan hukumnya termasuk ke dalam golongan hukum privat. Sejalan dengan kasus tersebut bahwa hak merek dalam sejatinya tidak boleh dimilikinya secara individu nama yang mengandung *General* atau *Public Domain* pemerintah sudah mengatur hal tersebut dan dituangkan kedalam sebuah peraturan yaitu Undang undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis tercantum pada pasal 20 huruf F menyatakan bahwa merek tidak dapat didaftarkan apabila terdapat merupakan nama umum dalam hal ini kopitiam termasuk kedalam kata umum antara lain nama kopitiam berasal dari Bahasa Melayu namun putusan Mahkamah Agung menyatakan bahwa nama kopitiam bisa dimilik oleh individu.⁹

2. Pengertian Merek dan Merek yang tidak dapat didaftarkan.

Para Ahli memberikan pendapat tentang definisi Merek sebagai berikut:

- a. Menurut Tirtamidjaya suatu merek pabrik atau merek perniagaan adalah suatu tanda yang dibubuhkan diatas barang atau di atas bungkusannya, gunanya membedakan barang itu

⁹Utrecht dan M. Saleh Djindang, *Pengantar dalam Hukum Indonesia*, Sinar Harapan, 1983, hlm. 32.

dengan barang- barang yang sejenis lainnya.¹⁰

- b. Menurut Richard Wincord dalam buku yang berjudul *Copyright, Patent, and Trademarks: The Protection of Intellectual and Industrial Property* bahwa Merek adalah alat yang digunakan oleh badan usaha untuk mengidentifikasi produk tersebut dan pembeda dari yang membuatnya atau dari perusahaan-perusahaan lainnya”¹¹
- c. Menurut Soekardono Merek adalah sebuah tanda (Jawa: ciri atau tenger), dengan mana dipribadikanlah sebuah barang tertentu, dimana perlu juga dipribadikan asalnya barang atau menjamin kualitasnya barang dalam perbandingan dengan barang-barang sejenis yang dibuat atau diperdagangkan oleh orang-orang atau badan-badan perusahaan lain¹².
- d. Menurut H.M.N Purwo Sujipto Merek adalah suatu tanda, dengan nama suatu bendatertentu dipribadikan, sehingga dapat dibedakan dengan benda lain yang sejenis.¹³

Sebagai salah satu bentuk karya intelektual, merek mempunyai peranan yang sangat penting dalam kelancaran perekonomian terutama dibidang

¹⁰ Mr. Tirtamidjaya, *Pokok Pokok Hukum Perniagaan*, Djambatan : Jakarta, 1962, hlm. 80.

¹¹ Richard Wincord, *Copyright, Patent, and Trademarks: The Protection of Intellectual and Industrial Property*, Oceana Publications Inc: New York, 1980, hlm. 72.

¹² R. Soekardono, *Hukum Dagang Indonesia Jilid I*, Dian Rakyat, Jakarta, 1993, hlm. 143.

¹³ H.M.N. Purwosutjipto, *Pengertian Pokok Pokok Hukum Dagang Indonesia*, Djambatan, Jakarta, 1984, hlm. 82.

perdagangan barang dan jasa. Dengan merek, produk barang atau jasa sejenis dapat dibedakan asal muasalnya, kualitasnya, serta keterjaminan bahwa merek tersebut original. Dan berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa merek merupakan suatu tanda yang digunakan dalam perdagangan barang maupun jasa yang memiliki daya pembeda yang membedakannya dengan barang atau jasa yang diproduksi oleh pihak lain. Daya pembeda ini merupakan syarat mutlak suatu merek, hal ini berkaitan dengan pemberian hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek terdaftar. Hak atas merek tersebut diberikan untuk jangka waktu tertentu, menggunakannya sendiri atau memberikan izin kepada seseorang atau badan hukum untuk menggunakannya.

Lalu, Permohonan ditolak jika merek tersebut mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek terdaftar milik pihak lain atau dimohonkan lebih dahulu oleh pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis, merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa tidak sejenis yang memenuhi persyaratan tertentu atau Indikasi Geografis terdaftar.

Permohonan ditolak jika merek tersebut merupakan atau menyerupai nama atau singkatan nama orang terkenal, foto, atau nama badan hukum yang dimiliki orang lain, kecuali atas persetujuan tertulis dari yang berhak. Dan merupakan tiruan atau menyerupai nama atau singkatan nama, bendera, lambing, atau simbol atau emblem suatu negara, atau lembaga nasional maupun internasional, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang atau

merupakan tiruan atau menyerupai tanda atau cap stempel resmi yang digunakan oleh negara atau lembaga pemerintah, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang dan permohonan ditolak jika diajukan oleh pemohon yang beritikad tidak baik.

Merek terdaftar menunjukkan legalitas bagi pemiliknya, yang berarti hukum hanya menganggap sah, melindungi dan memberi kepastian bahwa orang yang mendaftarkan merek itulah sebagai pemilik yang berhak atas merek. Bagi pihak lain yang mencoba menggunakan merek yang sama pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek terdaftar pasti akan mendapat reaksi dari pemilik merek yang sah. Jika merek itu didaftarkan, permintaan pendaftarannya pasti akan ditolak oleh Direktorat Kekayaan Intelektual, sesuai pasal 3 dan 21 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016.

3. Teori Efektivitas Hukum

Efektivitas Hukum yang dikemukakan oleh Anthoni Allot sebagaimana dikutip Felik, Hukum akan menjadi efektif jika tujuan keberadaan dan penerapannya dapat mencegah perbuatan-perbuatan yang tidak diinginkan dapat menghilangkan kekacauan. Hukum yang efektif secara umum dapat membuat apa yang dirancang dapat diwujudkan. Jika suatu kegelapan maka kemungkinan terjadi pembedaan secara gampang jika terjadi keharusan untuk melaksanakan atau menerapkan hukum dalam suasana baru yang berbeda,

hukum akan sanggup menyelesaikan.¹⁴ Keberlakuan hukum berarti bahwa orang bertindak sebagaimana seharusnya sebagai bentuk kepatuhan dan pelaksana norma jika validitas adalah kualitas hukum, maka keberlakuan adalah kualitas perbuatan manusia sebenarnya bukan tentang hukum itu sendiri.¹⁵ Selain itu William Chambliss dan Robert B Seidman mengungkapkan bahwa bekerjanya hukum dimasyarakat dipengaruhi oleh *all other societal personal force* (semua ketakutan dari individu masyarakat) yang melingkupi seluruh proses. Studi efektivitas hukum merupakan suatu kegiatan yang memperlihatkan suatu strategi perumusan masalah yang bersifat umum, yaitu suatu perbandingan antara realitas hukum dan ideal hukum, secara khusus terlihat jenjang antara hukum dalam tindakan (*law in action*) dengan hukum dalam teori (*law in theory*) atau dengan kata lain kegiatan ini akan memperlihatkan kaitannya antara *law in the book* dan *law in action*.¹⁶

F. Langkah-langkah Penelitian

Langkah-langkah penelitian adalah suatu cara untuk mendapatkan sumber-sumber data dan informasi terkait dengan topik permasalahan yang akan dibahas dalam suatu karya tulis ilmiah.¹⁷ Adapun langkah-langkah penelitian yang penulis tempuh adalah sebagai berikut:

¹⁴Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, Rajawali Pers, Bandung, 1996, hlm. 20.

¹⁵Hans Kelsen, *General Theory of Law and State*, Translate by Andres Wedberg, New York: Russel and Russel, 1991, dikutip dari Jimly M Ashididqie dan M Ali Safaat, *Teori Hans Kelsen Tentang Hukum*, Konstitusi Press, Jakarta, 2012, hlm. 39.

¹⁶Soleman B Taneko, *Pokok-Pokok Studi Hukum dalam Masyarakat*, Rajawali Press, Jakarta, 1993, hlm. 48.

¹⁷Soejono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, UI Press, Jakarta, 1998, hlm. 67.

1. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan penelitian yuridis normatif. Penelitian yuridis normatif adalah penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data primer.¹⁸ Mengingat data nya bersifat kualitatif, maka metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode konten analisis (analisis isi) terhadap Putusan Mahkamah Agung Nomor 118 PK/Pdt.Sus/2014.

2. Pendekatan Penelitian

Spesifikasi dari penelitian ini adalah bersifat deskriptif analitis, deskriptif analitis yaitu dengan menggambarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku dikaitkan dengan teori hukum dengan maksud untuk menemukan unsur-unsurnya, kemudian di analisis.

3. Sumber dan Jenis Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari sumber data primer, data sekunder, dan tersier.

a. Sumber Data Primer, antara lain:

- 1) Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1985 sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2009 Tentang Mahkamah Agung;
- 2) Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2004 Tentang Kekuasaan Kehakiman;

¹⁸Soejono Soekanto dan Sri Mamuji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2001, hlm. 13.

- 3) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis;
- 4) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata;
- 5) Putusan Mahkamah Agung Nomor 118 PK/Pdt.Sus/2014 tentang Sengketa Merek Lau's Kopitiam dengan KOPITIAM.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder yaitu bahan yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer.¹⁹ Bahan hukum sekunder yang digunakan diantaranya adalah *literature-literature* yang relevan dengan topik yang dibahas, buku-buku hukum, hasil penelitian, jurnal hukum dan artikel ilmiah yang ada kaitannya dengan penelitian ini.

c. Sumber Data Tersier

Sumber data tersier yaitu bahan yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum sekunder.²⁰ Bahan hukum tersier atau bahan hukum penunjang mencakup bahan yang dapat memberikan petunjuk-petunjuk dan penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder, diantaranya yaitu kamus umum, kamus hukum dan esiklopedia.

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam Penelitian ini, akan diteliti data primer. Dengan demikian

¹⁹Bambang Sunggono, *Metode Penelitian Hukum*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2012, hlm. 114.

²⁰ Bambang Sunggono, *Metode Penelitian Hukum*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2012, hlm. 115.

kegiatan utama yang akan dilakukan dalam melaksanakan penelitian ini, yaitu meliputi kegiatan studi kepustakaan dan dokumen.

5. Analisis data

Penarikan kesimpulan dari hasil penelitian yang sudah terkumpul dilakukan dengan metode normatif empiris, karena penelitian ini berdasarkan peraturan perundang-undangan yang ada sebagai hukum positif maupun lapangan diuraikan secara deskriptif.

6. Lokasi Penelitian

Untuk mengumpulkan data yang diperlukan, penelitian akan dilakukan di:

- a. Mahkamah Agung Republik Indonesia
- b. Perpustakaan UIN Sunan Gunung Djati Bandung
- c. Perpustakaan Fakultas Hukum Universitas Padjajaran
- d. Perpustakaan Umum Provinsi Jawa Barat Jl. Soekarno Hatta Kota Bandung.