

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kehidupan masyarakat terus berkembang seiring dengan kemajuan zaman. Perkembangan diberbagai sektor seperti ekonomi, teknologi dan komunikasi menciptakan kebutuhan barang dan jasa yang tidak dapat dihindari oleh masyarakat. Dari segi ekonomi, meningkatnya kebutuhan masyarakat akan komoditas barang dan jasa segera dilihat sebagai peluang bagi para pelaku usaha, terutama kesempatan untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya. Hal ini merupakan target dan sasaran pencapaian yang diinginkan oleh setiap perusahaan. Namun persaingan usaha menjadi sesuatu yang tidak dapat dihindarkan lagi oleh para pelaku usaha. Disisi lain masyarakat menjadi semakin teliti dalam memilih suatu produk. Berbagai faktor menjadi pertimbangan masyarakat dalam memilih suatu produk seperti mempertimbangkan kualitas, isi, desain, ataupun merek dari produk tersebut.

Berbagai hal yang menjadi pertimbangan masyarakat pada hakikatnya merupakan suatu Hak Atas Kekayaan Intelektual (selanjutnya disingkat menjadi HAKI) dimana pengakuan terhadap HAKI timbul dari kebutuhan untuk melindungi hasil karya intelektual manusia. Secara normatif, HAKI adalah "*Product of Mind*" atau oleh *World Intellectual Property Organization* atau WIPO disebut "*Creation of Mind*" yang berarti suatu karya manusia yang lahir dengan curahan tenaga, karsa, cipta, waktu dan biaya. Segala jerih

payah yang menjadi kontribusi yang memiliki nilai ekonomi. Oleh karena itu, setiap karya intelektual patut diakui, dihargai, dilindungi baik secara moral dan etika maupun secara hukum.¹

Ada dua alasan mengapa HAKI harus dilindungi. Pertama, alasan non ekonomis yaitu perlindungan hukum akan meningkatkan kreatifitas manusia untuk menemukan atau menghasilkan penemuan-penemuan baru yang lebih banyak, lebih baik dan lebih beragam. Penemuan tersebut harus dilindungi terutama untuk mencegah tindakan pemalsuan atau pembajakan yang akan merugikan pihak yang menemukan ide atau invensi. Apabila tidak ada ketentuan yang mengatur mengenai perlindungan HAKI maka yang akan terjadi adalah menurunnya semangat dan kreatifitas manusia untuk menemukan dan menghasilkan penemuan-penemuan baru. Kedua, alasan ekonomis yaitu perlindungan HAKI terhadap inventor adalah pemakaian ide, gagasan dan informasi yang mempunyai nilai komersial atau nilai ekonomi, sehingga inventor berhak mendapatkan hak ekonomi berupa royalty atas usaha yang dilakukan inventor dalam menemukan suatu penemuan yang baru. Royalty ini sendiri dapat diartikan sebagai kompensasi bagi penggunaan sebuah penemuan.²

¹ Henry Soelistyo, *Hak Cipta Tanpa Hak Moral*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2011), hal. 2

² Emmy Yuhassarie, *Hak Kekayaan Intelektual Dan Perkembangannya*, (Jakarta: Pusat Pengkajian Hukum, 2004), hal. 4-5

Secara praktis, manfaat perlindungan terhadap karya intelektual dapat dilihat dari beberapa sudut pandang. Diantaranya dari pendekatan sebagai berikut³ :

- a. Bagi penghasil karya intelektual, berguna untuk melindungi investasi dalam bentuk waktu, tenaga dan pikiran yang telah dicurahkan dalam menghasilkan karya intelektual agar mereka dapat menikmati pendapatan ekonomis atau keuntungan dari komersialisasi hasil karya intelektualnya.
- b. Bagi pelaku usaha, dapat dimanfaatkan sebagai alat untuk membangun daya saing atau kompetisi usaha. Sistem HAKI sebenarnya monopoli yang diberikan negara untuk menggunakan suatu karya intelektual untuk jangka waktu tertentu dan cara tertentu. Dengan adanya sistem HAKI maka para pelaku usaha dapat membangun daya kompetisi karena monopoli usaha terbangun.
- c. Bagi masyarakat, secara tidak langsung mereka mendapatkan manfaat berupa tersedianya produk-produk yang lebih baik, lebih berkualitas dan lebih kompetitif dari berbagai hasil inovasi yang diproduksi oleh para pelaku usaha tersebut.
- d. Bagi Negara, secara tidak langsung perlindungan karya intelektual yang diberikan oleh sistem HAKI dapat menstimulasi lahirnya atau terjadinya alih penemuan, inovasi dan kreasi yang mendukung pertumbuhan perekonomian nasional.

³ *Ibid*, hal. 4

Umumnya suatu produk barang atau jasa yang dibuat oleh seseorang atau badan hukum diperdagangkan dengan menggunakan tanda tertentu yang berfungsi sebagai pembeda dengan produk barang atau jasa yang dijual oleh pihak lainnya untuk klasifikasi yang sejenis. Yang dimaksud dengan tanda tertentu disini adalah tanda pengenal bagi produk barang atau jasa yang bersangkutan yang lazim disebut dengan merek. Wujudnya dapat berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut.⁴

Pada dasarnya perlindungan terhadap HAKI dirasakan perlu sejak dulu. Hal ini dapat dilihat dari peraturan perundang-undangan di bidang HAKI yang telah ada sejak tahun 1840-an di Indonesia, dimana pemerintah kolonial Belanda memperkenalkan Undang-undang pertama mengenai perlindungan HAKI pada tahun 1844. Selanjutnya, pemerintah Belanda memberlakukan Undang-undang tentang Merek pada tahun 1885, Undang-undang tentang Paten pada tahun 1910 dan Undang-undang tentang Hak Cipta pada tahun 1912. Negara Indonesia pada saat itu masih bernama *Nederlands East-Indies* yang telah menjadi anggota *Paris Convention for the Protection of Industrial Property* sejak tahun 1888, anggota *Madrid Convention* dari tahun 1893, dan anggota *Berne Convention for the Protection of Literary and Artistic Works* sejak tahun 1814. Pada masa pendudukan Jepang yaitu pada tahun 1942 hingga 1945, semua peraturan perundang-undangan di bidang HAKI masih

⁴ Rachmadi Usman, *Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual, "Perlindungan dan Dimensi Hukumnya di Indonesia"*, (Bandung: PT. Alumni, 2003), hal. 320

tetap berlaku.⁵ Setelah Indonesia merdeka, sesuai dengan ketentuan peralihan Undang-undang Dasar 1945 bahwa seluruh peraturan perundang-undangan peninggalan kolonial Belanda tetap berlaku berdasarkan ketentuan Pasal II Aturan Peralihan Undang-undang Dasar 1945 yang berbunyi: “Segala badan Negara dan peraturan yang ada masih langsung berlaku selama belum diadakan yang baru menurut Undang-undang ini.”⁶

Sedangkan dari segi sistem hukum, HAKI dapat diklasifikasikan sesuai dengan bidang atau obyeknya, yaitu : hak cipta, paten, merek, perlindungan varietas tanaman, rahasia dagang, desain industri dan desain tata letak sirkuit terpadu. Pengklasifikasian tersebut ditujukan untuk memudahkan masyarakat dalam melindungi hasil karya intelektualnya. Setiap klasifikasi dalam pengaplikasiannya memiliki manfaat dan fungsi yang berbeda. Misalnya merek merupakan salah satu bagian dari HAKI yang fungsinya sebagai pengakuan hak milik yang memungkinkan pemilik merek untuk melaksanakan hak-haknya seperti halnya hak milik intelektual lainnya. Seperti hak cipta dan paten, kreasi merek merupakan hak eksklusif bagi pemilik hak untuk mengontrol pasar terhadap perbuatan curang pihak lain yang dapat merugikan perusahaan. Apabila dilihat dari sudut ekonomis, suatu merek yang dicantumkan pada produk barang atau jasa akan menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Lebih dari itu, untuk merek yang sudah memiliki “*good will*” yang sangat tinggi mampu memberikan keuntungan yang luar biasa bagi perusahaan. Menurut Lendsford, perusahaan yang telah

⁵ Sudargo Gautama, *Hukum Merek Indonesia*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003), hal. 22-23

⁶ H. OK. Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), hal. 2

memiliki reputasi merek yang tinggi atau “*higher reputation*” akan memiliki asset kekayaan yang luar biasa hanya berdasarkan “*good will*” dari merek.⁷

Penggunaan produk di masyarakat yang didasarkan pada suatu merek sering kali menjadi persaingan yang semakin ketat dan mempersempit pangsa pasar. Ketika kepada masyarakat disodorkan sesuatu yang baru dengan isi yang serupa maka tetap tidak mudah untuk langsung diterima oleh masyarakat. Hal ini yang sering menjadi permasalahan di dunia industri. Beberapa pelaku usaha yang ingin produk mereka dapat diterima dengan mudah dan cepat oleh masyarakat sering menggunakan merek dari produk-produk yang sudah terkenal atau sudah ada sebelumnya untuk mendapatkan perhatian dari masyarakat. Disadari atau tidak penggunaan merek dari perusahaan lain ataupun kesamaan baik berupa kesamaan nama, gambar, kata, huruf, susunan warna atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut merupakan suatu bentuk pelanggaran HAKI, khususnya pada bidang merek.

Patut dicatat bahwa sejak Februari 2011, Direktorat Jenderal HAKI Kementerian Hukum & HAM Republik Indonesia telah menangani sekitar 60 kasus pelanggaran hak cipta. Kasus pelanggaran merek adalah yang paling sering dijumpai dalam proses penindakan. Menurut Johno Supriyanto, Kasubdit Penindakan dan Pemantauan Direktorat Penyidikan Kementerian

⁷ M. Yahya Harahap, *Tinjauan Merek Secara Umum Dan Hukum Merek Di Indonesia Berdasarkan Undang-undang No.19 Tahun 1992*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1996), hal. 3

Hukum & HAM Republik Indonesia, “Pelanggaran merek itu bisa mencapai 80 persen dari total kasus saat ini”.⁸

Pelanggaran tersebut menjadi awal mula perselisihan bagi pemilik merek dengan pihak lain yang menggunakan merek tersebut secara tanpa izin. Banyaknya kasus perselisihan mengenai HAKI termasuk merek, merupakan bukti bahwa masih banyaknya pelanggaran yang terjadi di dunia industri dan perdagangan. Hal itu juga menunjukkan kurangnya kesadaran hukum bagi para pelaku usaha. Banyaknya usaha yang berkembang saat ini tidak terlepas dari peran serta keluarga, dimana usaha tersebut dirintis oleh generasi pertama mulai dari awal dan berkembang hingga generasi berikutnya dengan menggunakan merek yang diciptakannya sendiri. Banyak perusahaan-perusahaan besar di Indonesia yang menggunakan merek milik keluarga dapat tetap berdiri hingga generasi ke-3 bahkan generasi ke-4 tanpa adanya masalah internal terkait merek, contohnya Sampoerna. Perusahaan ini sampai sekarang masih kokoh berdiri hingga merambah bidang usaha lainnya. Sedangkan disisi lain dapat pula kita temukan usaha milik keluarga yang bersengketa hingga ke pengadilan.

Dalam banyak contoh kasus, sengketa usaha milik keluarga ini tidak terlepas dari merek yang dibangun oleh generasi pertama. Merek sendiri erat kaitannya dengan dunia usaha. Banyak kasus merek yang sekarang terjadi merupakan perseteruan antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya.

⁸ Hasanudin Aco, “Dirjen HKI Tangani 60 Kasus Pelanggaran Hak Cipta”, <<http://www.tribunnews.com/2012/11/06/dirjen-hki-tangani-60-kasus-pelanggaran-hak-cipta>>, diakses 18 Februari 2015

Tetapi tidak menutup kemungkinan bahwa suatu sengketa merek juga dapat terjadi antar keluarga. Sebut saja kasus merek Sinar Laut dalam putusan Mahkamah Agung No.196/K/Pdt.Sus/2011 dimana dalam kasus ini terjadi sengketa antara seorang ibu yang bernama Idahjaty dengan salah satu anak kembarnya Wartono.

Dalam kronologi kasus ini tercatat bahwa Idahjaty menggunakan merek Sinar Laut sejak tahun 1970 sebagai nama toko yang bergerak pada bidang perdagangan alat teknik. Dalam perkembangannya merek Sinar Laut digunakan juga oleh anak-anaknya sebagai nama perusahaan dan nama toko. Setelah pecah kongsi Wartono mendaftarkan merek Sinar Laut, dimana merek tersebut terdaftar dalam 51 kelas barang. Merasa keberatan atas pendaftaran merek tersebut Idahjaty yang mengaku dirinya sebagai pemilik merek yang telah digunakan sejak lama menggugat Wartono yang dianggap memiliki itikad tidak baik dalam mendaftarkan merek Sinar Laut.⁹

Dari sini kita dapat melihat betapa pentingnya peran suatu merek dalam suatu usaha, terlebih lagi merek tersebut merupakan merek milik keluarga yang digunakan dalam berbagai bidang usaha. Klasifikasi merek tersebut dapat digolongkan sebagai merek kolektif sesuai dengan Pasal 1 angka 4 Undang-undang No.15 Tahun 2001 tentang Merek¹⁰. Dengan adanya merek milik keluarga yang digunakan dalam berbagai jenis bidang usaha biasanya

⁹ Anonymous, "Merek Sinar Laut Jadi Rebutan Keluarga", <<http://www.hukumonline.com/berita/baca/lt4bff042f88e2b/merek-sinar-laut-jadi-rebutan-keluarga>>, diakses 18 Februari 2015

¹⁰ "Merek Kolektif adalah 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."

akan timbul masalah, seperti persaingan usaha tidak sehat antar pemilik merek yang notabene adalah sesama keluarga. Apalagi ketika barang yang diproduksi tersebut merupakan jenis barang yang sama. Hal ini menjadi suatu permasalahan yang penting untuk dikaji.

Dalam rangka menyikapi sengketa merek milik keluarga tersebut, penulis perlu mengkaitkannya dengan kasus yang dialami oleh Niniek Wijayanti Gunawan selaku pemilik yang sah merek Mirota Bakery & Restaurant yang bergerak di bidang makanan dan minuman, khususnya roti, kue dan makanan serta rumah makan.

Kasus Mirota Bakery bermula ketika Hendro Sutikno yang berstatus sebagai karyawan perusahaan Khian Guan akan dipindah tugaskan ke Cirebon. Karena keberatan berpisah dari suaminya, Tini yang memiliki keahlian membuat kue dan memasak, mengajak suaminya untuk membuka usaha sendiri. Lalu mereka membuka warung di garasi rumah di kawasan Kotabaru yang kini ditempati oleh Mirota Bakery. Di warung itu, mereka menjual minuman dan roti tawar. Dari singkatan hidangan inilah muncul nama Mirota. Setelah meninggal tahun 1970-an, Hendro mewariskan jiwa bisnis kepada anak-anaknya. Melihat keberhasilan Grup Mirota selama ini, banyak yang mengira Mirota merupakan satu kelompok usaha yang dijalankan secara bersama-sama. Pada hal kenyataannya tidak demikian. Sebaliknya setiap anggota keluarga sibuk dengan bisnisnya masing-masing. Jadi, meskipun mereka sama-sama memakai nama Mirota, sebenarnya kepemilikan setiap usaha yang dikembangkan merupakan usaha terpisah.

Yang pasti pengembangan bisnis Mirota lebih mengandalkan kreativitas dan kemahiran setiap anak pendiri dalam menjalankan berbagai bidang usaha. Manna Bakery, yang merupakan milik keluarga Siswanto, yaitu anak kedua dari Hendro Sutikno muncul karena adanya pengukuhan Mirota Bakery sebagai usaha perorangan yang kini dipegang Niniek Wijayanti Gunawan, yaitu anak ketiga dari Hendro Sutikno. Sebelumnya, Mirota Bakery dijalankan oleh Niniek Wijayanti Gunawan dan Siswanto. Meski produknya sama, tetapi tempat produksinya berbeda. Niniek Wijayanti Gunawan memproduksi Mirota Bakery di Kotabaru yang sekaligus dijadikan resto, sementara Siswanto memproduksi di Sambilegi. Untuk mengantisipasi hal-hal yang tidak diinginkan di kemudian hari, setelah pengukuhan Mirota Bakery sebagai milik Niniek Wijayanti Gunawan, akhirnya Siswanto menghentikan produksi *bakery* dengan merek Mirota. Ia kemudian mengembangkan merek lain. Selanjutnya keluarga Siswanto mengembangkan merek Manna Bakery dengan bendera Mirota Indah Indonesia.¹¹

Kasus sengketa merek ini muncul dari hasil pengamatan awal Niniek Wijayanti Gunawan yang menemukan pihak lain yang secara tanpa hak menggunakan merek Mirota Bakery & Restaurant. Hal itu dilakukan oleh Tri Afrimi yaitu berupa kartu nama yang telah disebarluaskan pada berbagai pihak. Kartu nama tersebut benar dan telah diakui oleh Tri Afrimi yang menyebut dirinya sebagai Supervisor of Sales Promotion Girl dari PT. Mirota Indah Indonesia. Ini berarti, ada keterkaitan dan hubungan antara Tri Afrimi

¹¹ Anonymous, "Mirota, Ambisi Tanpa Sinergi", <<http://swa.co.id/listed-articles/mirota-ambisi-tanpa-sinergi>>, diakses 19 Februari 2015.

dengan PT. Mirota Indah Indonesia. Pada kartu nama milik Tri Afrimi tersebut terdapat logo koki dengan tulisan Mirota Bakery yang merupakan milik Niniek Wijayanti Gunawan. Selain itu pada kartu nama tersebut juga tercantum jabatan atau kedudukan Tri Afrimi pada PT. Mirota Indah Indonesia. Hal ini jelas telah menunjukkan adanya itikad tidak baik pada diri Tri Afrimi dan PT. Mirota Indah Indonesia selaku perusahaan tempat Tri Afrimi bekerja. Perusahaan ini telah menggunakan logo dan merek Mirota Bakery yang lebih dulu berdiri dan dikenal oleh masyarakat.

Sehubungan dengan adanya kasus seperti itu, maka perlu kiranya mengkaji pengaturan merek keluarga, yakni aturan merek kolektif. Mengenai merek kolektif ini dalam Pasal 50 (1) Undang-undang No.15 Tahun 2001 tentang Merek diatur ketentuan sebagai berikut:

“Permohonan pendaftaran Merek Dagang atau Merek Jasa sebagai merek Kolektif hanya dapat diterima apabila dalam permohonan dengan jelas dinyatakan bahwa merek tersebut akan digunakan sebagai Merek Kolektif.”

Selain itu ketentuan Pasal 50 ayat (2) Undang-undang No.15 Tahun 2001 tentang Merek menyatakan:

“Selain penegasan mengenai penggunaan Merek Kolektif sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Permohonan tersebut wajib disertai salinan ketentuan penggunaan Merek tersebut sebagai Merek Kolektif, yang ditandatangani oleh semua pemilik Merek yang bersangkutan.”

Adapun ketentuan mengenai penggunaan merek kolektif diatur dalam Pasal 50 ayat (3) Undang-undang No.15 Tahun 2001 tentang Merek yang berisi :

“Ketentuan penggunaan Merek Kolektif sebagaimana dimaksud pada ayat (2) paling sedikit memuat :

- a. sifat, ciri umum, atau mutu barang atau jasa yang akan diproduksi dan diperdagangkan.
- b. pengaturan bagi pemilik Merek Kolektif untuk melakukan pengawasan yang efektif atas penggunaan Merek tersebut; dan
- c. sanksi atas pelanggaran peraturan penggunaan Merek Kolektif.”

Berdasarkan ketentuan mengenai sifat, ciri umum dan mutu barang atau jasa serta pengawasannya, Negara ingin menegaskan adanya persyaratan yang harus diikuti oleh pihak yang ikut menggunakan Merek Kolektif yang bersangkutan.¹²

Bila nantinya terdapat perubahan penggunaan pada Merek Kolektif, maka perubahan ketentuan penggunaan wajib dimohonkan pencatatannya kepada Direktorat Jendral disertai dengan salinan sah mengenai bukti perubahan tersebut. Selanjutnya wajib pula dicatatkan dalam Daftar Umum Merek dan diumumkan dalam Berita Resmi Merek. Perubahan ketentuan penggunaan dapat berlaku bagi pihak ketiga setelah dicatat dalam Daftar Umum Merek. Ketentuan mengenai perubahan penggunaan Merek Kolektif tersebut terdapat pengaturannya pada Pasal 53 Undang-undang No.15 Tahun 2001 tentang Merek.

Dalam penggunaan merek milik keluarga sangat dimungkinkan terjadinya pengalihan hak atas merek tersebut. Hal ini harus dilakukan dengan hati-hati karena nantinya dapat menimbulkan masalah. Maka dari itu dalam pengalihan hak atas merek milik keluarga haruslah berpegangan pada

¹² Penjelasan Pasal 50 ayat (3) Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek

Pasal 54 ayat (1) Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek yang menyatakan :

“Hak atas Merek Kolektif terdaftar hanya dapat dialihkan kepada pihak penerima yang dapat melakukan pengawasan efektif sesuai dengan penggunaan Merek Kolektif tersebut.”

Apabila terjadi sengketa pada merek milik keluarga maka cara penyelesaiannya berdasarkan pada ketentuan Pasal 76 ayat (1) Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek yang menegaskan :

“Pemilik merek terdaftar dapat mengajukan gugatan terhadap pihak lain yang secara tanpa hak menggunakan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya untuk barang atau jasa yang sejenis berupa:

- a. gugatan ganti rugi, dan/atau,
- b. penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek tersebut.”

Lebih dari itu, ketentuan Pasal 84 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek yang menyebutkan bahwa :

“Selain penyelesaian gugatan sebagaimana dimaksud dalam Bagian Pertama Bab ini, para pihak dapat menyelesaikan sengketa melalui Arbitrase atau Alternatif Penyelesaian Sengketa.”

Arbitrase adalah cara penyelesaian suatu sengketa perdata di luar peradilan umum yang didasarkan pada perjanjian arbitrase yang dibuat secara tertulis oleh para pihak yang bersengketa.¹³ Sedangkan Alternatif Penyelesaian Sengketa sendiri merupakan lembaga penyelesaian sengketa atau beda pendapat melalui prosedur yang disepakati oleh para pihak, yakni penyelesaian di luar pengadilan dengan cara konsultasi, negosiasi, mediasi,

¹³ Pasal 1 bagian 1 Undang-undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa

konsiliasi atau penilaian ahli.¹⁴ Dalam Pasal 6 ayat (1) Undang-undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa menyebutkan bahwa :

”Sengketa atau beda pendapat perdata dapat diselesaikan oleh para pihak melalui alternatif penyelesaian sengketa yang didasarkan pada itikad baik dengan mengesampingkan penyelesaian secara litigasi di Pengadilan Negeri.”

Secara yuridis normatif, undang-undang telah dirancang dan dibuat sedemikian rupa untuk mengatur mengenai hak, kewajiban dan ketentuan-ketentuan lainnya mengenai hal-hal yang ingin diatur dalam undang-undang tersebut. Dalam hal ini undang-undang mengenai HAKI khususnya pada bidang merek mengatur dan melindungi hak-hak pemegang merek dan juga mengatur perlindungan terhadap merek tersebut untuk menjaga kelangsungan dan persaingan usaha. Namun pada kenyataannya masih banyak terjadi pelanggaran baik yang dilakukan dengan sengaja, dalam hal ini yang didasarkan pada itikad tidak baik seperti pendomplengan atas merek-merek terkenal yang sering terjadi, maupun atas alasan ketidak tahuan atau ketidak sengajaan. Penelitian ini dilakukan mengingat pentingnya perlindungan terhadap merek khususnya merek milik keluarga dan juga pengaplikasiannya di masyarakat terutama terhadap kasus yang terjadi antara Mirota Bakery & Restaurant melawan PT. Mirota Indah Indonesia dimana Mirota merupakan merek milik keluarga yang digunakan dalam berbagai bidang usaha.

¹⁴ Pasal 1 bagian 10 Undang-undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka terdapat cukup alasan bagi penulis untuk mengangkat sebuah judul dalam tulisan tesis:

**“ANALISIS HUKUM SENGKETA MEREK KOLEKTIF
MILIK KELUARGA”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

- 1.2.1 Bagaimana pengaturan pengelolaan merek milik keluarga untuk menghindari sengketa diantara para pemiliknya?
- 1.2.2 Bagaimana penyelesaian sengketa kepemilikan merek milik keluarga menurut hukum Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

- 1.3.1 Untuk mengetahui dan menganalisis pengaturan pengelolaan merek milik keluarga untuk menghindari sengketa diantara para pemiliknya.
- 1.3.2 Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana penyelesaian sengketa kepemilikan merek milik keluarga menurut hukum Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Segi Keilmuan

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI), terutama yang berkenaan dengan Merek.

1.4.2 Segi Praktis

1.4.2.1 Sebagai informasi bagi lembaga yang berwenang serta para pihak yang bersangkutan dengan Merek dalam bidang HAKI.

1.4.2.2 Sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan bidang Merek.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Isi bab ini merupakan gambaran singkat permasalahan hukum yang menarik untuk dikaji dalam penelitian tesis ini, yang diuraikan dalam latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan diuraikan mengenai sejarah pengaturan merek di Indonesia, pengertian merek, fungsi merek, pendaftaran merek, prinsip itikad baik dalam perlindungan merek, merek kolektif,

perseroan terbatas, serta cara penyelesaian sengketa melalui gugatan pengadilan atau melalui jalur arbitase dan alternatif penyelesaian sengketa. Selain itu, dibahas pula definisi-definisi yang digunakan sebagai acuan penulisan tesis ini yang kemudian penulis uraikan dalam subbab landasan konseptual.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan tentang metode penelitian yang digunakan untuk menjawab permasalahan pada topik yang penulis bahas dalam tesis ini. Dimana uraian tersebut dijelaskan melalui subbab-subbab seperti jenis penelitian, prosedur pengumpulan bahan, sifat analisis, serta hambatan dan penanggulangannya.

BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai analisis hukum atas permasalahan yang diangkat serta tentang cara penyelesaiannya.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Merupakan bab akhir yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian disertai dengan saran.