

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pertumbuhan produk dagang di Indonesia saat ini makin beragam. Banyak kasus sengketa kemiripan merek produk yang bereda. Merek memegang peranan penting dalam pemasaran. Ada perbedaan yang cukup besar antara produk dan merek. Produk hanyalah sesuatu yang dihasilkan pabrik. Sedangkan merek merupakan sesuatu yang dibeli konsumen. Bila produk bisa dengan mudah ditiru pesaing maka merek selalu memiliki keunikan yang relative sukar untuk dijiplak. Merek berkaitan erat dengan persepsi, sehingga persaingan yang terjadi antara perusahaan adalah pertarungan persepsi dan bukan pertarungan produk.

Seperti yang terjadi pada merek barang YONG MA, yang kerap menjadi sasaran etikat tidak baik dari banyak orang. Pertama kali kasus yang terjadi pada merek YONG MA yaitu antara gugatan Kheo Sung World. Inc., yang berkedudukan di Kongdeokdong, Mapoku, Seoul, Korea terhadap perusahaan Yong Ma Electric Co.LTD., (MAGIC COM CO., LTD) dan Direktorat Jemderal Hak Cipta Paten dan Merek Indonesia yang menyatakan bahwa tergugat telah merugikan citra, reputasi, *good will* dan mengurangi jumlah penjualan produk-produk penggugat tetapi kasus ini dimenangkan perusahaan Yong Ma Electric Co.LTD., (MAGIC COM CO., LTD) karena bukti-bukti yang diajukan penggugat tidak terbukti dan pemohon pendaftar merek dagang YONG MA oleh tergugat terlebih dahulu didaftarkan di Indonesia dalam Daftar Umum Merek terhitung

sejak 14 Desember 1995, sedangkan YONG MA milik tergugat baru didaftarkan pada Korea *Patent Office* baru diajukan pada 19 Maret 1996. Kasus kedua yang terjadi pada Merek YONG MA milik MAGIC COM CO., LTD yaitu adanya pemakaian merek yang sama sehingga menimbulkan persepsi bahwa ada pihak yang tidak beritikad tidak baik yaitu PT. YONG MA Indonesia. Merek YONG MA merupakan merek terkenal milik MAGIC COM CO., LTD perseroan yang berasal dari Korea berkedudukan di 470-1 Dangjeung Dong, Gunpo-Si-Kyunggi-Do. Magic Com pemilik sah dan terdaftar sebagai pendaftar pertama dalam Direktorat Jenderal HAKI, terhadap merek YONG MA dan mempunyai hak tunggal atas merek dagang itu.

MAGIC COM CO., LTD telah mendaftarkan merek YONG MA ke Direktorat Jenderal HKI, Departemen Hukum dan HAM RI sejak tahun 1995 untuk belasan kelas barang. Selain itu, merek YONG MA juga telah didaftarkan di beberapa negara lain seperti Thailand, Philipina dan Vietnam, dan lain-lain. Sedangkan PT. YONG MA Indonesia mendaftarkan merek YONG MA yang dicatat oleh Dirjen HKI, Depkumham untuk melindungi jenis barang kelas 21 pada tanggal 15 Agustus 1997 untuk melindungi jenis barang kelas 21.

Adanya merek Yong Ma milik PT. YONG MA Indonesia membuat pihak MAGIC COM CO., LTD merasa keberatan karena merek dagang PT. YONG MA Indonesia merupakan jiplakan dan dapat dikategorikan sebagai pendaftaran yang beritikad tidak baik karena berniat untuk mendompleng ketenaran merek YONG MA milik MAGIC COM CO., LTD

Pada bulan Februari 2006, MAGIC COM CO., LTD menggugat PT. YONG MA Indonesia di Pengadilan Negeri/Niaga Jakarta Pusat. Dalam gugatannya MAGIC COM CO., LTD meminta agar Majelis Hakim Pengadilan Negeri/Niaga berkenan memerintahkan Dirjen HKI untuk penghapusan pendaftaran merek YONG MA atas nama PT. YONG MA, dan selanjutnya mengumumkan pembatalan merek tersebut dalam berita Resmi Merek. Lalu pada tanggal 24 Mei 2006, Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat memutuskan bahwa gugatan MAGIC COM CO., LTD telah kadaluwarsa, dan menyatakan gugatan tidak dapat diterima berdasar pada pasal 69 ayat (1) Undang-Undangn Merek No.15 Tahun 2001 (selanjutnya akan disebut UU No. 15 Tahun 2001). Penggugat kemudian mengajukan permohonan kasasi atas putusan Pengadilan Negeri/Niaga Jakarta Pusat. Perkara ini terjadi sejak PT. YONG MA Indonesia mendaftarkan merek YONG MA ke Dirjen HKI tahun 1997. Kasasi diajukan kepada Mahkamah Agung tanggal 6 Juni 2006.

Pada akhirnya putusan Hakim Mahkamah Agung yaitu mengabulkan permohonan kasasi MAGIC COM CO., LTD, dan membatalkan putusan Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat, dan mengadili sendiri dan mengabulkan gugatan penggugat untuk seluruhnya, menyatakan penggugat sebagai pemilik dan pendaftar pertama atas merek dagang YONG MA di Indonesia maupun di dunia internasional, oleh karenanya mempunyai hak tunggal untuk memakai merek dagang YONG MA Indonesia. Merek YONG MA atas nama PT. YONG MA Indonesia mempunyai persamaan pada pokoknya dengan merek YONG MA milik MAGIC COM CO., LTD. Menyatakan batal menurut

hukum pendaftaran merek tergugat dengan segala akibat hukumnya, memerintahkan Dirjen HKI Depkumham RI untuk mencoret pendaftaran merek tergugat dari Daftar Umum Merek dan selanjutnya mengumumkan pembatalan pendaftaran merek Tergugat dalam Berita Resmi Merek. Menghukum termohon kasasi untuk membayar biaya perkara dalam semua tingkat peradilan yang dalam tingkat kasasi ini sebesar Rp 5.000.000,- .

Pertimbangan hakim yaitu adanya keberatan pemohon kasasi dapat dibenarkan karena *judex facti* telah salah menerapkan hukum sebab lewatnya tenggang waktu, Gugatan pembatalan merek berdasarkan itikad tidak baik, merek YONG MA milik penggugat yaitu YONG MA ELECTRICS CO, LTD terdaftar terlebih dahulu, Merek YONG MA milik penggugat merupakan merek terkenal

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang dikemukakan yaitu:

- a. Apakah PT. YONG MA Indonesia punya hak untuk menjadi pemilik merek YONG MA yang sah ?
- b. Apakah perbedaan pertimbangan hukum dari putusan Mahkamah Agung No : 020 K/N/HaKI/2006 dalam menjatuhkan putusan yang berbeda dengan putusan Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat?

1.3 Tujuan Penulisan

- a. Tujuan Akademik:

Untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Magister Hukum (M.H) pada fakultas Hukum Universitas Pelita Harapan Surabaya.

b. Tujuan Praktis:

Untuk mengkaji Apakah PT. YONG MA Indonesia punya hak untuk menjadi pemilik merek YONG MA yang sah dan mengkaji apakah pertimbangan Hukum dari putusan Mahkamah Agung dalam menjatuhkan putusan yang berbeda dengan putusan pengadilan Niaga dalam perkara merek YONG MA.

1.4 Manfaat Penulisan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat-manfaat sebagai berikut:

- a. Memberikan gambaran dan masukan bagi Pemerintah untuk mengkaji peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan Perlindungan Merek dagang/barang dan aturan Hak atas Kekayaan Intelektual di Indonesia.
- b. Memberikan masukan secara khusus untuk penanganan dan peredaran merek dagang/barang di Indonesia.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Tipe Penelitian

Penelitian adalah suatu upaya untuk mencari kebenaran terhadap suatu obyek tertentu dimana dalam penelitian kita mengamati obyek yang sedang diteliti dan menyusun laporan sesuai dengan fakta dan keyakinan dari apa yang telah ditemukan selama proses penelitian berlangsung, serta ditelaah apa hubungan sebab akibat dan kecenderungan-kecenderungan yang muncul dari hasil penelitian

tersebut¹. Pada dasarnya penelitian merupakan usaha yang secara hati-hati dan cermat dilakukan untuk menyelidiki berdasarkan pengetahuan yang dimiliki dan dituangkan dengan cara berpikir secara ilmiah².

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah secara *yuridis normatif* yang merupakan metode suatu penelitian yang secara deduktif dimulai dengan analisa terhadap pasal-pasal dalam peraturan perundang-undangan yang mengatur terhadap permasalahan. Penelitian hukum secara yuridis maksudnya penelitian yang mengacu p pada studi kepustakaan yang ada ataupun terhadap data sekunder yang digunakan. Sedangkan bersifat normatif yaitu penelitian hukum yang bertujuan untuk memperoleh pengetahuan normatif tentang hubungan antara satu peraturan dengan peraturan lain dan penerapan dalam prakteknya. Dengan kata lain sama halnya dengan metode penelitian *yuridis doktrinal* suatu pendekatan yang terhadap hubungan antara faktor yuridis (hukum positif) dengan faktor-faktor normatif (asas-asas hukum) yang dalam penyelesaiannya dilakukan dengan mengkaji dan meneliti hukum-hukum yang ada (*Law In Book*) dan dapat diartikan dengan hukum yang diambil dari apa yang tertulis dalam perundang-undangan.

1.5.2 Pendekatan Masalah (*Approach*)

Peter Mahmud Marzuki dalam bukunya *Penelitian Hukum*³ menyatakan bahwa Pendekatan-pendekatan yang dapat digunakan dalam Penelitian Doktrinal

¹ Bambang Sunggono, *Metodologi Penelitian Hukum (Suatu Pengantar)*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2003, Hlm. 27-28.

² Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, UI Press, Jakarta, 1986, Hlm. 9.

³ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Prenada Media Group, Jakarta, 2010, Hlm.96.

adalah Pendekatan Undang-Undang (*Statute Approach*), Pendekatan Kasus (*Case Approach*), Pendekatan Komparatif (*Comparative Approach*), dan Pendekatan Konseptual (*Conceptual Approach*).

Pendekatan masalah yang digunakan dalam penulisan penelitian ini adalah dengan menggunakan 2 (dua) pendekatan, yaitu: Pendekatan Undang-Undang (*Statute Approach*) dan Pendekatan Konseptual (*Conceptual Approach*). Pendekatan Perundang-undangan (*Statue Approach*) yaitu dengan cara mengkaji norma-norma yang terdapat dalam ketentuan perundang-undangan yang berkaitan dengan materi yang dibahas, sedangkan Pendekatan Konseptual (*Conseptual Approach*) ditekankan pada pandangan-pandangan hukum mengenai aspek pemberian perlindungan merek barang serta teori-teori hukum yang terkait di dalamnya.

1.5.3 Bahan Hukum

Bahan hukum yang digunakan dalam penulisan penelitian ini adalah bahan hukum yang dapat dibedakan menjadi:

a. Bahan Hukum Primer

Berupa Peraturan Perundang-undangan, yakni:

- UU No. 15 Tahun 2001 mengenai Merek
- Keputusan Departemen Menteri Kehakiman RI No. M.03.HC.020.1 tahun 1991, tentang penolakan permohonan pendaftaran merek terkenal atau merek yang mirip dengan merek terkenal milik orang lain atau milki badan lain.

b. Bahan Hukum Sekunder

Berupa bahan hukum untuk menjelaskan bahan hukum primer yang didapat dari buku-buku ilmiah, literatur, artikel-artikel hukum, majalah, maupun informasi baik dari media cetak maupun media elektronik yang mendukung penelitian ini dan diolah melalui seleksi dan klasifikasi sesuai permasalahan yang akan dibahas, seperti :

- Penetapan prinsip dari pasal 4 ayat 1 Konvensi Uni Paris mengenai *Principle Right of Priority* (hak prioritas).⁴
- *TRade Related Intellectual Propertys (TRIPs)*
-

1.5.4 Metode Pengumpulan Bahan Hukum

Metode Pengumpulan Data yang digunakan adalah penelitian kepustakaan yaitu suatu metode pengumpulan data dengan cara membaca atau mempelajari buku peraturan perundang-undangan dan sumber kepustakaan lainnya yang berhubungan dengan obyek penelitian.⁵

Penelitian ini dilakukan dengan cara meneliti Undang-Undang tertentu yang bersangkutan dengan kasus dan setelah itu bahan-bahan tersebut disusun secara sistematis dengan menggunakan metode *deduksi*, menggunakan pemikiran yang berawal dari pengetahuan yang bersifat umum yang diperoleh dari peraturan perundang-undangan dan kemudian dilanjutkan dengan permasalahan yang bersifat khusus.

⁴ <http://renaisans-unibo.blogspot.com/2009/03/aspek-perlindungan-hukum-terhadap-merek.html>

⁵ Hilman Hadikusuma, *Pembuatan Kertas Kerja Skripsi Hukum*, Bandung, Mandar Maji, 1991, Hlm. 80.

1.6 Kajian Teoritik

HKI adalah singkatan dari Hak Atas Kekayaan Intelektual. Hal yang haknya ternyata bukan hanya tentang persoalan asasi manusia, melainkan kekayaan intelektual juga demikian. HKI atau juga dikenal dengan HAKI merupakan terjemahan atas istilah *Intellectual Property Right* (IPR). Istilah tersebut terdiri dari tiga kata kunci, yaitu Hak, Kekayaan, dan Intelektual. Kekayaan merupakan abstraksi yang dapat dimiliki, dialihkan, dibeli, maupun dijual. Adapun Kekayaan Intelektual merupakan kekayaan atas segala hasil produksi kecerdasan daya pikir seperti teknologi, pengetahuan, seni, sastra, gubahan lagu, karya tulis, karikatur, dan seterusnya. Terakhir, Hak atas Kekayaan Intelektual (HAKI) merupakan hak-hak (wewenang/kekuasaan) untuk berbuat sesuatu atas kekayaan intelektual tersebut, yang diatur oleh norma-norma atau hukum-hukum yang berlaku.⁶

Pada dasarnya HKI merupakan suatu hak yang timbul sebagai hasil kemampuan intelektual manusia dalam berbagai bidang yang menghasilkan suatu proses atau produk yang bermanfaat bagi umat manusia. Karya-karya di bidang ilmu pengetahuan, seni, sastra, ataupun invensi di bidang teknologi merupakan contoh karya cipta sebagai hasil kreativitas intelektual manusia, melalui cipta, rasa, dan karsanya. Karya cipta tersebut menimbulkan hak milik bagi pencipta atau penemunya.⁷

Pengelompokkan HKI menurut Bambang Kesowo, menyatakan bahwa HKI pada intinya terdiri dari beberapa jenis yang secara tradisional dipilih dalam dua (2) kelompok, yaitu: Hak Cipta (*Copyright*), dan Hak atas Kekayaan Industri

⁶ Adrian Sutedi, 2009, Hak Atas Kekayaan Intelektual, Sinar Grafika, Jakarta, Hlm. 38.

⁷ Santoso, Budi, Pengantar HKI Dan Audit HKI Untuk Perusahaan, Semarang: Penerbit Pustaka Magister, 2009, Hlm. 4.

(*industrial property*) yang berisikan : Paten, Merek, Desain Produk Industri, Persaingan Tidak Sehat, Tata Letak Sirkuit Terpadu, Rahasia Dagang.⁸

Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Kedua dari Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, memberikan pengertian tentang merek sebagai berikut : “Merek adalah tanda yang dikenakan oleh pengusaha (pabrik, produsen, dan lain sebagainya) pada barang-barang yang dihasilkan sebagai tanda pengenal, cap (tanda) yang menjadi pengenal untuk menyatakan nama dan sebagainya”.⁹

Fungsi merek di Indonesia dipergunakan sebagai sarana untuk merangsang pertumbuhan industri, perdagangan yang sehat dan menguntungkan bagi semua pihak.¹⁰

Karya ilmiah ini difokuskan pada hak merek yang merupakan bagian dari HKI. Merek sendiri merupakan sebuah tanda bagi sebuah barang atau jasa. Arti merek sendiri bisa memberikan fungsi untuk membedakan suatu produk dengan produk lain dengan memberikan tanda, seperti yang didefinisikan pada Pasal 1 Undang Undang Merek (selanjutnya disebut UU No. 15 Tahun 2001). Tanda tersebut harus memiliki daya pembeda dan digunakan dalam perdagangan barang atau jasa. Dalam prakteknya merek digunakan untuk membangun loyalitas konsumen dan sebagai media promosi. Berdasarkan fungsi dan manfaat inilah

⁸ Bambang, Kesowo, Kebijakan Di Bidang Hak Milik Intelektual Dalam Hubungannya Dengan Dunia Internasional Khususnya GATT, Panel Diskusi Bidang Hukum Hak Milik Intelektual DPP Golkar, Jakarta 4 Februari 1992, Hlm. 7.

⁹ Getas I Gusti Gede, 1996, Peranan Merek Dalam Dunia Usaha, Upada Sastra, Denpasar, Hlm. 2.

¹⁰ Djumhana, Muhammad, Djubaidillah, R, Hak Milik Intelektual, Sejarah Teori Dan Prakteknya Di Indonesia, Bandung, 1997, Hlm. 160.

maka diperlukan perlindungan hukum terhadap produk Hak Merek, ada 3 (tiga) hal yaitu:¹¹

1. Untuk menjamin adanya kepastian hukum bagi para penemu merek, pemilik merek, atau pemegang hak merek;
2. Untuk mencegah terjadinya pelanggaran dan kejahatan atas Hak atas Merek sehingga keadilan hukum dapat diberikan kepada pihak yang berhak;
3. Untuk memberi manfaat kepada masyarakat agar masyarakat lebih terdorong untuk membuat dan mengurus pendaftaran merek usaha mereka.

Hak atas Merek adalah hak eksklusif yang diberikan Negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam Daftar Umum Merek untuk jangka waktu tertentu menggunakan sendiri merek tersebut atau memberi ijin kepada seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk menggunakannya.

Merek merupakan wujud karya intelektual manusia yang memiliki peranan yang sangat penting karena penggunaan atau pemakaian merek pada perusahaan, tetapi juga mengandung aspek hukum yang luas bagi pemilik atau pemegang hak atas merek maupun bagi masyarakat sebagai konsumen yang memakai atau memanfaatkan barang atau jasa dari merek tertentu.

Pendaftaran merek merupakan suatu cara perlindungan pemilik merek yang sesungguhnya oleh negara. Di dalam perlindungan merek memuat substansi yang essensial berkenaan dengan proses pendaftaran, yaitu adanya tenggang waktu

¹¹ Hariyani, Iswi, *Prosedur Mengurus HAKI yang Benar*, Yogyakarta: Penerbit Pustaka Yustisia, 2010, Hlm 89.

antara pelaksanaan pengajuan, penerimaan dan pengumuman. Ketiga tahap itu dapat mempengaruhi sikap pihak ketiga atas terdaptarnya suatu merek, sehingga terbuka kemungkinan untuk diadakannya pembatalan pendaftaran suatu merek. Wujud perlindungan lainnya dari negara terhadap pendaftaran adalah merek hanya dapat didaftarkan atas dasar permintaan yang diajukan pemilik merek yang beritikad baik. Hal ini ditegaskan dalam UU No.15 Tahun 2001 pasal 4 bahwa : “merek tidak dapat didaftar atas permohonan yang diajukan oleh pemohon yang beritikad tidak baik”.¹²

Syarat-syarat yang menunjukkan bahwa pemilik merek tidak beritikad baik saat akan mendaftarkan yaitu :

- a. Persamaan keseluruhan elemen adalah standar untuk menentukan adanya persamaan yang sesuai dengan doktrin *entirely similar*. Agar sebuah merek atau produk dapat dikatakan menjiplak atau bukan sebagai produk beritikad tidak baik maka, dapat dikualifikasi dengan melihat persamaan secara keseluruhan, paling tidak harus memenuhi syarat-syarat sebagai berikut :
 - a) Terdapat persamaan elemen merek secara keseluruhan ;
 - b) Persamaan jenis atau produksi dan kelas barang atau jasa ;
 - c) Persamaan wilayah dan segmen perusahaan ;
 - d) Persamaan cara dan perilaku pemakaian ;
 - e) Persamaan cara pemeliharaan ;
 - f) Persamaan jalur pemasaran.

¹² <http://renaisans-unibo.blogspot.com/2009/03/aspek-perlindungan-hukum-terhadap-merek.html>

Syarat–syarat tersebut diatas bersifat kumulatif, sehingga untuk menentukan adanya persamaan harus semuanya terpenuhi.

b. Persamaan pada pokoknya ada dalam Pasal 6 ayat (1) UU No. 15 Tahun 2001, yaitu kemiripan yang disebabkan oleh adanya unsur-unsur yang menonjol antara merek yang satu dengan merek yang lain, yang dapat menimbulkan kesan adanya persamaan baik dalam bentuk (lukisan atau tulisan), cara penempatan (yaitu unsur-unsur yang diatur sedemikian rupa sehingga timbul kesan sama dengan merek orang lain), arti dan kombinasi antara unsur-unsur ataupun persamaan bunyi dalam ucapan yang terdapat dalam merek-merek tersebut. Pengertian persamaan pada pokoknya yang diatur dalam penjelasan ini sesuai dengan doktrin "*nealy resembles*", yang menganggap suatu merek mempunyai persamaan pada pokoknya dengan merek orang lain jika pada merek tersebut terdapat kemiripan (*identical*) atau hampir mirip (*neal resembles*) dengan merek orang lain, yang dapat didasarkan pada kemiripan gambar, susunan kata, warna atau bunyi. Menurut doktrin ini, persamaan pada pokoknya tidak mutlak ditegaskan pada persamaan doktrin semua elemen merek dan tidak dituntut keras adanya jalur pemasaran yang sama. Faktor yang paling pokok dalam doktrin ini adalah bahwa pemakaian merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya ini dapat menimbulkan kebingungan yang nyata (*actual confusion*) atau menyesatkan (*deceive*) masyarakat konsumen. Seolah-olah merek tersebut berasal dari sumber atau produksi yang sama. Sehingga di dalamnya terlihat unsur itikad tidak baik untuk membonceng ketenaran merek milik orang lain.

c. Teori *holistic approach*

Menurut teori ini untuk menentukan ada tidaknya persamaan merek harus dilihat secara keseluruhan baik dari bunyinya artinya ejaannya atau dari *appearancenya* (tampilannya)

d. Teori *dominancy*

Untuk menentukan persamaan antara merek yang satu dengan yang lainnya cukup diambil unsur yang dianggap paling dominan dari merek tersebut.

Dengan adanya beberapa syarat yang harus diamati untuk mengetahui sama atau tidaknya produk tidak memungkinkan masih adanya permasalahan yang timbul pada pihak yang memiliki merek dengan itikat baik dengan merek yang sama. Oleh karena itu dalam bunyi pasal 6 ayat 1 (a), untuk menentukan ada tidaknya suatu persamaan pada merek, selain ditentukan oleh mereknya sendiri, juga ditentukan oleh jenis barang dan atau jasanya. Jika barang atau jasa yang hendak dilindungi oleh suatu merek yang sama dengan merek orang lain berbeda, maka tidak dianggap tidak terpenuhi syarat persamaan baik keseluruhan maupun pada pokoknya.

Merek diatur dalam UU No. 15 Tahun 2001, merek secara umum tidak dapat didaftar atas dasar permohonan yang diajukan oleh pemohon yang beriktikad tidak baik, dan dalam UU No.15 Tahun 2001 mengatur mengenai pemegang hak sah atas sebuah merek beserta ketentuan syarat yang berlaku untuk mendapatkan sebuah hak merek.

Prinsip perlindungan hukum terhadap pemilik merek diatur dalam Pasal 4 UU No. 15 Tahun 2001, yang menyatakan; “merek tidak dapat didaftar atas dasar permohonan yang diajukan oleh pemohon yang beritikad tidak baik”.

1.7 Pertanggungjawaban Sistematika

Penulisan tesis dilakukan dengan sistematika penyusunan penulisan yang dibagi menjadi 4 (empat) bab yang terbagi lagi menjadi beberapa sub-bab, sebagai berikut:

Pendahuluan bab I merupakan awal/pendahuluan dari penulisan tesis dengan mengemukakan latar belakang masalah yang menjabarkan judul tesis dan permasalahan yang diangkat dari awal sampai pada pokok permasalahan yang dirumuskan dalam rumusan masalah. Mencakup tujuan dan manfaat, metode penelitian yang digunakan serta mencakup tipe penelitian yang dilakukan, pendekatan masalah, sumber – sumber yang digunakan, metode pengumpulan data yang sesuai, kajian teoritik hingga pertanggung jawaban sistematika guna penyusunan bab selanjutnya.

Pemegang Sah Hak Atas Merek YONG MA bab II berisi pembahasan atas rumusan masalah pertama dari tesis ini mengenai PT. YONG MA Indonesia punya hak untuk menjadi pemilik merek YONG MA yang sah atau tidak dan membahas mengenai pengertian merek, kriteria merek terkenal, bagaimana syarat dikatakan sahnya suatu merek, fungsi merek, tata cara pendaftaran merek sah, serta jangka waktu kepemilikan merek.

Kedudukan MAGIC COM Co., LTD Terhadap PT. YONG MA INDONESIA bab III merupakan isi dari penjabaran pembahasan rumusan masalah kedua yang berisi putusan gugatan antara pihak Penggugat MAGIC COM CO., LTD serta perlindungan merek dagang (barang) di Indonesia ,pengaturan merek dagang UU No. 15 Tahun 2001 serta Kebijakan hukum terhadap perlindungan merek dan penjabaran pertimbangan hukum dari putusan mahkamah agung No : 020 K/N/HaKI/2006 dalam menjatuhkan putusan yang berbeda dengan putusan Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat.

Penutup bab IV merupakan bagian terakhir dalam penyusunan penulisan yang memuat 2 (dua) Sub-bab yang terdiri dari Sub-bab ke-1 (satu) merupakan kesimpulan akhir dari pembahasan 2 (dua) rumusan masalah yang telah dijabarkan di dalam bab-bab sebelumnya. Sub-bab ke-2 (dua) berisi saran terkait permasalahan kasus mengenai Hak Merek.