

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia detik ini mengalami pertumbuhan ekonomi yang sangat pesat akibat dari arus globalisasi yang sangat cepat. Globalisasi membawa arah perdagangan Indonesia menuju perdagangan bebas. Perdagangan bebas menuntut pelaku usaha harus lebih kreatif dan berinovatif dalam melakukan bisnisnya agar dikenal oleh masyarakat yang luas. Adapun dampak dari perdagangan bebas ini para pelaku usaha akan menghadapi persaingan usaha yang sangat ketat karena disebabkan oleh pasar yang terlalu terbuka saat ini.

Para pelaku usaha dalam menjalankan bisnisnya pasti mempunyai produk ataupun jasa. Sebuah produk ataupun jasa harus memiliki daya pembeda atau memiliki ciri khas tersendiri atau lebih dikenal sebagai merek. Merek atau label sebagaimana hak kekayaan intelektual pada hakekatnya merupakan simbol buat mengidentifikasi berpangkal pada komoditas dan jasa dari sebuah perseroan dengan komoditas dan jasa dari perseroan lain.¹ Hal tersebut karena merek sebagai identifikasi asal usul sebuah komoditas yang bersangkutan atau bisa dibedakan antara produk satu perseroan lainnya ataupun dapat disebut merek sebagai tanda pembeda suatu produk yang memiliki fungsi dimana sebagai panduan bagi konsumen untuk membeli produk yang bersangkutan.

¹ Rahmi Jened, *Hukum Merek atau Trademark Law; Dalam Era Global dan Integrasi Ekonomi* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), halaman 3.

Merek merupakan alas hak bagi pengusaha untuk melindungi serta mempersembahkan sebuah jaminan mengenai kelas atas sebuah produk yang diproduksi untuk mencegah tindakan persaingan (*konkurensi*) yang mempunyai niat kurang baik pelaku usaha dimana yang memiliki mempunyai iktikad tidak baik yang bertujuan untuk meniru atau membonceng reputasi merek orang lain.² Bahwa merek adalah sesuatu yang sangat berguna pada sektor perdagangan karena pada era perdagangan bebas saat ini setiap orang dapat mempunyai iktikad tidak baik demi mengadakan persaingan usaha yang tidak sehat ataupun menjiplak merek pihak lain dan memberikan kesan negatif kepada produk kemudian dengan hadirnya merek dapat membedakan barang atau jasa tersebut akan kualitasnya.

Bahwa berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis pada Pasal 1 ayat (1) dimana memiliki arti bahwa merek merupakan tanda yang membedakan barang atau layanan/jasa dimana dihasilkan dari individu maupun badan hukum dengan milik pihak lain dalam dunia perdagangan. Sehingga merek menjadi instrumen promosi dimana mempunyai tujuan membagikan informasi kepada pelanggan tentang produk yang dihasilkan oleh Perseroan.³

Merek adalah andalan dalam perniagaan atau perdagangan yang berkaitan dengan produk jasa maupun barang pelaku usaha karena memiliki peran penting sebagai daya pembeda dengan merek yang lain. Bahwa dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan

² *Ibid.*

³ *Ibid.*

Indikasi Geografis atau UU Merek dan Indikasi Geografis memiliki 3 (tiga) klasifikasi merek di antara lain merek dagang, merek jasa dan merek kolektif. Dalam hal melakukan pendaftaran oleh karena itu pemegang sekaligus pemilik merek bisa mengklasifikasikan merek masuk dalam jenis yang mana.

Permohonan pendaftaran merek adalah langkah dimana dapat diambil pemegang/pemilik merek untuk mendapatkan berbagai keuntungan diantaranya memperoleh perlindungan dari sisi hukum dimana perlindungan yang bersangkutan diperoleh dari negara. Namun maksud dari pendaftaran merek bagi pelaku usaha yaitu untuk mendapatkan keamanan dan kenyamanan dalam menjalankan bisnisnya agar dikemudian hari tidak akan ada sengketa mengenai merek. Bahwa berdasarkan Perjanjian Internasional yang tentang Hak Kekayaan Intelektual “*Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights*” atau *TRIPs*” dalam Pasal 16 memiliki arti pemegang merek sekaligus pemilik merek mempunyai hak untuk melarang orang lain dalam menggunakan merek yang bersangkutan (Hak Eksklusif) mengenai jasa atau barang yang didaftarkan dalam kegiatan perdagangan dimana hal tersebut membuat kebingungan konsumen.⁴

Bahwa sistem hukum merek saat ini menganut prinsip asas *first to file*. Asas tersebut memiliki arti bahwa sistem perlindungan baru diberikan jika merek telah didaftarkan kepada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual atau DJKI. hal tersebut karena sebelum sistem hukum merek Indonesia menggunakan UU Merek dan Indikasi Geografis yang terbaru dimana peraturan

⁴ Irnie Mela Yusnita dan Agung Indriyanto., *Aspek Hukum Pendaftaran Merek* (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2017), halaman, 14.

sebelumnya masih menggunakan asas *first to use*. Asas ini banyak menimbulkan permasalahan tumpang tindih dalam pendaftaran sehingga banyak terjadi pelanggaran merek.

Maka dari itu sistem hukum merek diganti menjadi sistem hukum *first to file*. Pelanggaran merek telah terjadi berupa peniruan merek, pendomplengan merek dan pelanggaran merek lainnya diproduksi oleh seorang pelanggar merek pasti selalu berkaitan dengan persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya. Apabila sebuah merek mempunyai kemiripan pada unsur atau simbol yang menonjol antara merek satu dengan merek yang lain serta kemiripan itu menimbulkan kesan yang timbulnya kesamaan pada cara penulisan, cara penempatan, bentuk serta kombina pada tanda-tanda atau unsur maupun persamaan lantunan atau ucapan dan memiliki arti yang sama pada merek yang bersangkutan maka itu disebut persamaan pada pokoknya.⁵

Sedangkan kesamaan pada keseluruhannya berkaitan dengan persamaan berbagai unsur dimana berkaitan dengan *entires similar* doktrin atau persamaan pada pokoknya.⁶ Bahwa dalam hal tanda yang satu dengan tanda/merek yang lain tidak terdapat perbedaan sama sekali atau merek tersebut sama sekali mirip. Hal tersebut jelas menimbulkan kebingungan terhadap konsumen. Bahwa untuk mengetahui apakah memiliki persamaan pada keseluruhan atau pokoknya dengan merek lain maka terdapat kriteria dimana merek mempunyai kemiripan persamaan gambar, mempunyai kemiripan dalam susunan bunyi, kata dan warna bahwa klasifikasi jasa/barang tidak mesti dalam satu kelompok atau kelas

⁵ Rahmi Jende, *Op.cit.*, halaman 181.

⁶ Yahya Harahap, *Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek di Indonesia*, (Bandung: Citra Aditya Bhakti, 1996), halaman 105.

dan jenis serta berakibat pada penggunaan merek menciptakan penyesatan dan kebingungan pada pelanggan.⁷

Hal tersebut diperkuat oleh Putusan MA No 279 PK/Pdt/1992 dimana terdapat kriteria-kriteria merek yang mempunyai persamaan pada keseluruhan ataupun pokoknya jika merek tersebut mempunyai kesamaan dalam hal komposisi, bentuk, kombinasi, ucapan, unsur elemen dan bunyi dan penampilan dengan merek pihak lain.

Persamaan pada pokoknya dan persamaan pada keseluruhan merupakan landasan dimana paling sering dipergunakan dari berbagai kalangan termasuk pemilik merek terdaftar dalam konflik merek sering berlangsung dalam Indonesia sampai dengan sekarang. Pelanggaran merek sering terjadi karena banyak para pelaku usaha yang melakukan pelanggaran merek karena untuk mendapatkan keuntungan dalam relatif singkat karena mereknya telah dikenal oleh Masyarakat. Perbuatan tersebut jelas merupakan perbuatan *bad faith* dimana perbuatan itu memiliki makna yang berkaitan dengan rusaknya reputasi dari sebuah merek yang berkaitan dengan daya atau tanda pembeda sebuah merek terdaftar serta hal-hal yang tidak jujur.⁸

Perlu diketahui bahwa pemilik hak atas merek yang sudah memiliki sertipikat merek jangan merasa telah aman atas perlindungan tersebut karena banyak kejadian bahwa pemilik hak atas merek yang sudah memiliki sertipikat merek mendapatkan permasalahan merek dikemudian hari karena mereknya

⁷ *Ibid*, halaman 417.

⁸ Henry Soelistyo, *Badfaith Dalam Hukum Merek* (Yogyakarta: PT Maharsa Artha Mulia, 2016), halaman 143.

tidak dipakai ataupun merek punya orang lain yang mempunyai persamaan pada keseluruhan atau pokoknya dengan merek yang bersangkutan diterima oleh DJKI. Bahwa sistem pendaftaran merek saat ini masih terlalu subjektif dalam melakukan pendaftaran merek ketika kita mengacu pada UU Merek dan Indikasi Geografis maka kita harus menerapkan prinsip objektivitas terhadap pendaftaran merek.

Serta permasalahan pendaftaran merek dalam hal ini mengalami kemunduran karena dalam melakukan pendaftaran merek yang seharusnya telah menggunakan sistem digital yang bertujuan untuk mempercepat pendaftaran merek. Namun kenyataannya permohonan pendaftaran merek pada negara Indonesia masih tergolong lama karena metode/pola tidak siap serta tidak optimal dalam menangani pendaftaran merek.

Sengketa merek yang terjadi di Indonesia disebabkan oleh pengusaha yang menciptakan serta memainkan peranan sehingga tercipta persaingan tidak baik atau tidak sehat yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya sehingga perilaku usaha itu melakukan tindakan *bad faith* terhadap merek orang lain. Beberapa bentuk lainnya pelanggaran merek yang sering berlaku dalam pasar dalam sebuah negara yaitu peniruan label kemasan, pemalsuan, pembajakan dan peniruan merek pihak lain.

Kejahatan terhadap merek mempunyai tiga klasifikasi sebagai berikut pembajakan merek, peniruan kemasan dan label dalam sebuah produk serta pemalsuan merek. Bahwa pelanggaran merek di atas sering terjadi dalam pasar offline maupun online di Indonesia karena persaingan usaha saat ini masih

sangat tinggi. Maka dalam hal ini banyak pelaku usaha yang melanggar UU Merek dan Indikasi Geografis demi mendapatkan keuntungan. Pola utama pelanggaran merek yang paling sering dilanggar yaitu mengenai pelanggaran yang bersangkutan dengan hak eksklusif pemilik merek.⁹ Hak ini berkaitan dengan hak untuk memakai merek tersebut atau melakukan monopoli terhadap merek tersebut.

Hak eksklusif dimiliki oleh pemilik merek terdaftar yang pemilik mereknya memiliki sebuah hak yang dapat digunakan sendiri atau memberikan izin pada orang lain dalam memanfaatkan merek yang bersangkutan pada bidang perdagangan. Kemudian hak eksklusif mempunyai hak untuk melakukan upaya hukum dalam hal memberikan somasi, ataupun melakukan gugatan kepada pelanggar merek yang menggunakan mereknya tanpa izin.

Bahwa sengketa merek tentunya menciptakan kerugian terhadap pemegang merek terdaftar yang berkaitan dengan kerugian secara materiil serta kerugian secara immateriil. Kerugian materiil adalah kerugian yang sangat nyata yang dirasakan oleh seseorang atau badan hukum dimana kerugian yang bersangkutan dapat dihitung jumlah dengan uang kemudian apabila hakim mengabulkan tuntutan materiil maka penilaian dilakukan dengan objektif. Misalnya apabila terjadi sengketa merek yang diciptakan oleh pengusaha oleh karena itu kemungkinan menyebabkan kerugian materiil berupa penurunan tingkat omset yang terjadi dikarenakan adanya sengketa merek.

⁹ *Ibid*, halaman 140.

Sedangkan kerugian immateriil adalah sebuah kerugian dimana dialami oleh seseorang akibat dari sebuah perbuatan yang bertentangan sehingga melawan hukum dimana tidak bisa dipulihkan kembali, dibuktikan atau membawa dampak terlahirnya sebuah ketakutan sakit, kehilangan kesenangan hidup dan hal ini tidak bisa dikalkulasikan dengan uang.¹⁰ Misalnya apabila terjadi sengketa merek/etiket yang diperbuat yang dilakukan oleh pelanggar kemudian pelaku usaha maka bakal menyebabkan kerugian immateriil bagi pemilik merek terdaftar yaitu reputasi merek dan reputasi pemilik merek menjadi buruk di masyarakat.

Bahwa akibat hukum dari perbuatan yang berkaitan dengan pelanggaran merek dimana dibikin dari seseorang yang memiliki iktikad tidak baik atau jahat memiliki dampak kerugian kepada pemilik merek terdaftar. Akibat hal ini maka pemilik merek memiliki hak untuk mempertahankan hak-hak merek tersebut diantaranya menempuh upaya hukum litigasi atau menggunakan metode alternatif penyelesaian sengketa di luar pengadilan. Apabila pemilik merek menempuh jalur litigasi oleh karena itu pemilik merek bisa memohonkan gugatan ganti rugi pada Pengadilan Niaga ataupun melaporkan pelanggar tersebut kepada Kepolisian Republik Indonesia (Polri) dengan dasar Pasal 100-102 UU Merek dan Indikasi Geografis.¹¹

Namun pelanggaran merek tersebut dalam tahap pendaftaran merek oleh karena itu pemilik merek bisa melakukan langkah hukum mengajukan

¹⁰ Riki Perdana Raya Wawuru, "Perluasan Ruang Lingkup Kerugian Immateriil", <https://kepaniteraan.mahkamahagung.go.id/index.php/peraturan/6-artikel/artikel-hakim-agung/1458-perluasan-ruang-lingkup-kerugian-immateriil>, diakses pada tanggal 08 September 2023.

¹¹ Henry Soelistyo, *Op.cit*, halaman 44.

keberatan dan banding kepada Komisi Banding Merek DJKI. Dimana dia mempunyai wewenang untuk memeriksa dan memutus perkara dalam pendaftaran merek yang memiliki persamaan pada keseluruhan atau pokoknya.

Selain penyelesaian permasalahan pelanggaran merek melalui Pengadilan Niaga maka disini sengketa pelanggaran merek dapat diselesaikan dengan fokus utama perdamaian melalui alternatif penyelesaian sengketa (APS) dalam hal ini terdapat arbitrase, mediasi, konsiliasi dan lainnya. Bahwa dalam HKI dikenal dengan Badan Arbitrase dan Mediasi Hak Kekayaan Intelektual (BAMHKI). Dimana BAMHKI dapat digunakan oleh pemilik merek dalam upaya menyelesaikan sengketa pelanggaran merek.

Bahwa akibat dari pelanggaran merek maka berdasarkan Pasal 83 maka pemegang hak atas merek merek bisa memohonkan upaya hukum gugatan ganti rugi terhadap Pengadilan Niaga. Bahwa akibat penggunaan etiket tanpa izin oleh pelanggar dan pelanggaran lainnya maka menimbulkan kerugian materiil dan kerugian immateriil. Namun mengenai gugatan ganti rugi ini semenjak UU Merek dan Indikasi Geografis diformulasikan sampai dengan sekarang dan masih jadi pokok permasalahan yaitu tidak adanya pedoman mengenai cara menghitung nilai ganti kerugian dari pelanggaran merek.

Akibat hal tersebut jika terjadi sengketa pelanggaran merek maka yang digunakan melalui perhitungan sendiri oleh pemilik merek terdaftar. Berapa banyak pemilik merek terdaftar mengalami kerugian semenjak terjadinya pelanggaran merek dalam hal ini omsetnya turun berapa banyak dari bulan-bulan sebelumnya ataupun tahun sebelumnya. Bahwa kalkulasi tersebut sangat

tidak berdasarkan nilai yang berprinsip pada asas keadilan karena dapat memberatkan si pelanggar merek.

Penerapan asas keadilan dalam melakukan perhitungan dari gugatan ganti rugi pada Pengadilan Niaga sangat diperlukan karena guna dijadikan pedoman bagi para penegak hukum dalam hal ini Hakim, Advokat dan instansi lainnya. Bahwa UU Merek dan Indikasi Geografis hanya menyebutkan ganti rugi namun tidak menjelaskan secara lengkap dan komprehensif mengenai ganti kerugian tersebut.

Bahwa untuk mendapatkan nilai riil dari sebuah kerugian tersebut masih sangat relatif berdasarkan kemampuan pemilik merek karena dengan tidak adanya pedoman dalam melakukan penelusuran dan riset terhadap kerugian tersebut maka pemilik merek dituntut untuk mandiri menemukan bukti-bukti serta fakta yang dapat diungkap dalam peradilan nantinya karena dalam peradilan menganut konsep siapa yang mendalilkan maka dia yang harus membuktikan.

Dalam menentukan ganti kerugian maka disini diperlukan pendekatan-pendekatan yang dapat digunakan untuk melakukan kalkulasi terhadap kerugian yang diakibatkan oleh pelanggaran merek sehingga nilai kerugian dapat dikerucutkan dengan telah diterapkan nilai yang seadil-adilnya maka dapat dijadikan pedoman oleh Hakim dalam memutus sebuah perkara.

Adapun penelitian terdahulu yang membahas tentang ganti kerugian pada pelanggaran merek ataupun penyelesaian sengketa merek terdaftar dapat

penulis temukan diantaranya oleh Patrick Hamonangan Pardede¹² yang berjudul “Analisa Yuridis Penghitungan Ganti Kerugian Pada Gugatan Pelanggaran Merek”. Penelitian yang bersangkutan membahas mengenai ganti kerugian pada pelanggaran merek yang terjadi. Kemudian terdapat juga penelitian yang dilakukan oleh Maria Anggit Winadhea Utomo¹³ yang berjudul “Ganti Kerugian Atas Pelanggaran merek Dalam Penyelesaian Sengketa Merek Dagang PS Glow dan MS Glow (Analisis Putusan Pengadilan Niaga Pada Pengadilan Negeri Surabaya Nomor 2/Pdt.Sus/HKI/Merek/2022/Pn.Niaga.Sby)”. Penelitian tersebut membahas mengenai ganti kerugian akibat adanya pelanggaran merek antara PS GLOW dan MS GLOW. Kemudian Muhammad Arif Rizaldi¹⁴ melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Pertimbangan Hakim Atas “Persamaan Pada Pokoknya” Dalam Kasus Gugatan Ganti Rugi Merek “STRONG” Perspektif Permenkumham No. 12 Tahun 2021 Dan Hukum Islam (Studi Putusan Nomor 30/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst.)”, dimana penelitian tersebut membahas mengenai adanya indikasi persamaan pada pokoknya pada kasus merek strong sehingga menimbulkan sengketa merek.

¹² Patrick Hamonangan Pardede, “Analisa Yuridis Penghitungan Ganti Kerugian Pada Gugatan Pelanggaran Merek”. Skripsi, Malang: Program Studi Hukum Fakultas Hukum Universitas Brawijaya, 2021.

¹³ Maria Anggit Winadhea Utomo, “Ganti Kerugian Atas Pelanggaran merek Dalam Penyelesaian Sengketa Merek Dagang PS Glow dan MS Glow (Analisis Putusan Pengadilan Niaga Pada Pengadilan Negeri Surabaya Nomor 2/Pdt.Sus/HKI/Merek/2022/Pn.Niaga.Sby)”, Skripsi, Palembang: Program Studi Hukum Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya, 2023.

¹⁴ Muhammad Arif Rizaldi, “Analisis Pertimbangan Hakim Atas “Persamaan Pada Pokoknya” Dalam Kasus Gugatan Ganti Rugi Merek “STRONG” Perspektif Permenkumham No. 12 Tahun 2021 Dan Hukum Islam (Studi Putusan Nomor 30/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst)”, Skripsi: Malang: Program Studi Hukum Fakultas Hukum Universitas Islam Negeri, 2021.

Bahwa berkaitan dengan penelitian hukum di atas maka dalam Tesis ini mempunyai perbedaan serta pembaharuan dimana peneliti menitik beratkan kepada pembahasan mengenai penerapan asas keadilan dalam ganti kerugian pada pelanggaran merek yang terjadi sehingga Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah dituliskan sebelumnya maka Penulis memiliki perhatian dalam mengkaji serta menganalisis lebih kompleks dan komprehensif yang dituangkan dalam bentuk Tesis dimana berjudul “Penerapan Asas Keadilan Dalam Ganti Kerugian Pada Pelanggaran Merek Terdaftar Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan beberapa rumusan masalah dalam penelitian hukum ini, adapun rumusan masalah tersebut sebagai berikut:

1. Bagaimana Perlindungan Hukum Bagi Pemilik Merek Terdaftar Akibat Adanya Pelanggaran Merek Yang Menyebabkan Kerugian Bagi Pemilik Merek Terdaftar?
2. Bagaimana Asas Keadilan Diterapkan Dalam Ganti Kerugian Pada Pelanggaran Merek?

1.3 Tujuan Penelitian

Pada penulisan tesis, Peneliti memiliki tujuan baik secara umum maupun secara khusus untuk memecahkan permasalahan hukum mengenai penyelesaian sengketa merek dalam sistem hukum merek Indonesia dan

penerapan asas keadilan dalam ganti kerugian pada pelanggaran merek di Indonesia sehingga dapat dijadikan sebagai sumbangan pemikiran dalam sistem hukum merek Indonesia serta memberikan pengetahuan yang dapat dijadikan bahan perbandingan dalam studi ilmu hukum mengenai proses kalkulasi ganti kerugian dalam pelanggaran merek dan dapat dijadikan bahan pertimbangan sebagai pengembangan sistem hukum merek di Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Pada penelitian ini, memiliki manfaat pada masyarakat terkhususnya pemilik merek terdaftar sehingga dapat dijadikan pedoman dalam melakukan kalkulasi nilai ganti kerugian dalam sengketa merek serta pelaku UMKM dalam melakukan kegiatan ekonomi sehingga dapat menghindari dari sengketa merek dikemudian hari dan penelitian ini memiliki manfaat dalam pengembangan hukum merek di Indonesia dalam menghitung jumlah besaran ganti kerugian yang berdasarkan asas keadilan sehingga dapat terbentuk sistem hukum merek yang proporsional keadilan.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penelitian Tesis mempunyai manfaat dalam memberikan kemudahan untuk memahami Tesis kemudian untuk membagikan sedikit pola atau cerita yang kompleks dan penuh dengan makna. Sistematika Tesis ini terklasifikasi ke dalam beberapa bab yakni sebagai berikut:

BAB I : Bagian awal mencakup informasi mengenai konteks penelitian, perumusan masalah, serta memaparkan tujuan dan manfaat yang didapatkan serta diharapkan atas penelitian ini.

- BAB II : Bagian ini menjelaskan mengenai ulasan teoritis mengenai Teori Keadilan serta Teori Kepastian Hukum. Kemudian menjelaskan konseptual mengenai Hukum Merek, Pelanggaran Merek, Penyelesaian Sengketa Merek dan Ganti Kerugian
- BAB III : Bagian ini menjelaskan mengenai metode penelitian meliputi jenis dari penelitian dan data, kemudian mengenai cara dalam memperoleh data, serta cara pendekatan dan analisis data.
- BAB IV : Bagian ini menjelaskan mengenai hasil kajian tentang Upaya hukum terhadap pelanggar merek karena melakukan pelanggaran merek yang menyebabkan kerugian bagi pemilik merek terdaftar dan Asas keadilan diterapkan dalam ganti kerugian pada pelanggaran merek.
- BAB V : Kesimpulan atas hasil pengkajian yang telah disajikan pada bab sebelumnya serta masukan saran dari penulis berkaitan dengan kajian yang telah diteliti oleh Penulis.

