

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang juga dikenal dengan *Intellectual Property Rights* (IPR) adalah hak-hak yang muncul dari buah pemikiran kreatif yang menghasilkan produk atau proses bermanfaat bagi manusia.¹ HKI merupakan hak untuk memperoleh manfaat ekonomis dari suatu kreativitas intelektual manusia dan hak tersebut muncul ketika sesuatu telah diciptakan dengan dapat terlihat, terdengar, terbaca, dan digunakan secara praktis.² HKI memberikan hak untuk menikmati keuntungan ekonomi dari hasil kreasinya, selain itu HKI juga memberikan perlindungan hukum kepada pencipta atau pemiliknya serta mendorong pengembangan lebih lanjut di bidang lainnya seperti seni budaya, penemuan ilmiah, dan merek dagang.³

Indonesia sendiri membagi dan mengatur HKI sesuai dengan ketentuan-ketentuan hukum yang telah disesuaikan dengan *Intellectual Property Rights*. Ketentuan-ketentuan tersebut mencakup beberapa aturan, yakni sebagai berikut.

1. Undang-Undang No. 29 Tahun 2000 tentang Perlindungan Varietas Tanaman

¹ Nanda Dwi Rizkia, *et.al*, *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*”, (Bandung: Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung, 2022), hal. 14

² Muchtar Anshary Hamid Labetubun, “Aspek Hukum Hak Cipta terhadap Buku Elektronik (E-Book) sebagai Karya Kekayaan Intelektual”, *Sasi*, Vol. 24, No. 2 Desember 2018, hal. 138

³ Anis Mashdurohatun, *Hak Kekayaan Intelektual (HKI) Dalam Perspektif Sejarah di Indonesia*, (Semarang: Madina Semarang, 2013), hal. 8

2. Undang-Undang No. 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang
3. Undang-Undang No. 31 Tahun 2000 tentang Desain Industri
4. Undang-Undang No. 32 Tahun 2000 tentang Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu
5. Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta
6. Undang-Undang No. 13 Tahun 2016 tentang Paten
7. Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

Perkembangan HKI di Indonesia memiliki dampak besar terhadap perkembangan dan pertumbuhan perekonomian, hal ini tentunya didukung oleh kerja sama antara pemerintah, swasta, dan masyarakat. Pemerintah berperan sebagai regulator dengan melahirkan peraturan-peraturan untuk melindungi hak-hak kekayaan intelektual, membangun lembaga pencatatan HKI, dan sistem peradilan dalam menangani perkara HKI. Swasta berperan sebagai pengembang inovasi dan bertanggung jawab melindungi HKI dengan mendaftarkan buah karyanya untuk mendapatkan perlindungan hukum. Masyarakat berperan sebagai konsumen dengan membeli produk-produk asli serta menghargai HKI orang lain. Para pemangku kepentingan berperan penting menciptakan lingkungan yang kondusif bagi perkembangan HKI di Indonesia, meningkatkan investasi, memberikan perlindungan hukum, serta mendorong pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan.

Era globalisasi telah menyebabkan perkembangan arus perdagangan yang pesat ditandai dengan adanya persaingan yang sangat ketat, akibatnya

pelaku usaha terus berupaya untuk memproduksi berbagai macam barang dan/atau jasa agar dapat bersaing di pasarnya masing-masing. Hal tersebut menciptakan banyak pilihan bagi konsumen. Pelaku usaha juga terdorong untuk mulai memperhatikan merek dan desain produknya agar mudah dikenali dan dapat dibedakan dari produk lain yang sejenis. Keberadaan merek dan desain yang menarik menciptakan nilai tambah bagi produk yang ditawarkan serta meningkatkan daya tarik dalam persaingan pasar global saat ini.

Merek merupakan salah satu bagian dari Hak Kekayaan Intelektual yang digunakan untuk memperkenalkan suatu barang atau jasa dengan tujuan agar diketahui oleh masyarakat, maka dari itu suatu merek akan menjadi hal yang penting dalam kegiatan berusaha karena sifatnya yang melekat sebagai identitas dari usaha tersebut.⁴ Pasal 1 angka 1 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (selanjutnya disebut UU MIG):

“Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa”.⁵

Penjelasan di atas menjelaskan bahwa merek adalah suatu identifikasi yang digunakan oleh pelaku usaha untuk mengidentifikasi produknya di pasaran.⁶ Tujuan dari penggunaan merek ini adalah untuk membangun reputasi yang baik dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut.

⁴ Ni Ketut Supasti, *et.al*, *Buku Ajar Hak Kekayaan Intelektual*”, (Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2016), hal. 52 – 53

⁵ Pasal 1 angka 1 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

⁶ Tim Lindsey, *et.al*, *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*”, (Bandung: Penerbit P.T. Alumni, 2003), hal. 131

Merek membantu dalam membangun hubungan antara perusahaan dengan reputasi yang telah dibangun melalui mereknya. Merek juga berperan penting sebagai alat komunikasi antara pelaku usaha dan konsumen dengan cara pelaku usaha menyampaikan keunggulan produknya kepada konsumen yang akan membantu dalam menciptakan kesan positif kepada konsumen mengenai kualitas suatu produk. Keberadaan merek sangat penting dalam menarik minat konsumen untuk membeli produk tersebut dibandingkan dengan produk pesaingnya.

Tiga jenis merek dalam UU MIG adalah sebagai berikut.

1. Merek dagang, digunakan untuk melindungi identitas suatu produk agar dapat membedakan produk dari perusahaan yang satu dengan pesaingnya.
2. Merek jasa, digunakan untuk melindungi identitas suatu jasa atau layanan yang diberikan oleh seseorang atau perusahaan agar dapat membedakan jasanya dengan jasa sejenis lainnya.
3. Merek kolektif, digunakan oleh sekelompok orang atau perusahaan untuk mengidentifikasi karakteristik yang serupa terhadap sifat, ciri umum, dan mutu barang atau jasa serta asal/geografis tertentu.

Merek dapat berfungsi sebagai langkah preventif terhadap persaingan usaha yang tidak sehat karena merek memiliki kemampuan untuk memberikan informasi mengenai asal-usul dan sejarah suatu perusahaan serta menjamin

keaslian kualitas barang dan/atau jasa tersebut.⁷ Merek memberikan perlindungan dari upaya peniruan oleh pesaing karena merek menciptakan hak eksklusif kepada pemiliknya untuk menggunakan merek tersebut, namun ada pelaku usaha lain yang bertindak secara tidak adil dengan menciptakan produk atau jasa serta menggunakan merek yang menyerupai merek terkenal dengan tujuan menyesatkan konsumen dalam memilih di pasaran.

Tidak dapat dipungkiri bahwa hal tersebut diakibatkan oleh persaingan bisnis dalam dunia modern demi menciptakan merek yang kuat di pasaran. Banyak pelaku usaha yang menggunakan elemen serupa dengan merek pesaing tanpa disadari. Perkembangan di bidang teknologi dan informasi juga dapat membawa suatu merek ke dunia internasional yang akan memudahkan pelaku usaha yang tidak sah menggunakan merek terkenal untuk menjual produk palsu. Keadaan ini memicu sengketa merek dan oleh karena itu penting untuk adanya perlindungan hukum atas hak merek tersebut.

Pelanggaran merek dapat dicegah dengan melakukan pendaftaran merek tersebut agar mendapatkan pengakuan dan perlindungan hukum sebagaimana diatur dalam Pasal 3 UU MIG, dengan demikian pemilik merek dapat mengambil jalur hukum terhadap pelanggaran yang dilakukan oleh pihak lain yang menggunakan mereknya.

⁷ Meli Hertati Gultom, "Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Merek Terdaftar terhadap Pelanggaran Merek", *Warta Dharmawangsa*, No. 56, 2018, hal. 8

Permohonan HKI terbagi dalam 2 macam sistem pendaftaran, yaitu sistem *first to invent* dan sistem *first to file*. Kedua sistem ini yang menentukan siapa yang berhak atas suatu penemuan.

1. Sistem *first to invent* adalah sistem yang memberikan HKI kepada pihak yang pertama kali menemukan suatu penemuan atau invensi tanpa melihat siapa yang lebih dahulu mengajukan permohonan HKI.⁸ Pembuktian dari sistem ini menggunakan catatan atau dokumentasi untuk membuktikan klaim sebagai pencipta pertama. Sistem ini memiliki keunggulan dimana perlindungan diberikan kepada penemu yang terlibat dalam penemuan, namun sistem ini memiliki kelemahan dimana proses penentuan pemilik hak akan lebih sukar dan memerlukan bukti yang kuat untuk mendukung klaim sebagai pencipta asli.
2. Sistem *first to file* adalah sistem dimana hak atas suatu merek diberikan kepada pihak yang pertama kali mendaftarkannya.⁹ Perlindungan hukum dapat diperoleh bagi siapa saja yang menyelesaikan proses pendaftarannya terlebih dahulu. Keunggulan dari sistem ini adalah adanya perlindungan dan kepastian hukum karena mudah untuk menentukan pemilik pertama dari HKI jika terjadi sengketa, namun kelemahan sistem ini adalah kehilangan hak dari penemu pertama yang telah melakukan penelitian dan pengembangan terlebih dahulu apabila ada pihak lain yang mengajukan permohonan sebelumnya.

⁸ Nanda Dwi Rizkia, *et.al, Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*”, (Bandung: Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung, 2022), hal. 26

⁹ *Ibid*, hal. 26

Indonesia menganut sistem “*first to file*” sebagaimana diatur pada Pasal

1 angka 5 UU MIG:

“Hak atas Merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik Merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri Merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya.”¹⁰

Pasal 21 UU MIG mengatur bahwa tidak semua permohonan pendaftaran merek akan dikabulkan:

- (1) “Permohonan ditolak jika Merek tersebut mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan:
 - a. Merek terdaftar milik pihak lain atau dimohonkan lebih dahulu oleh pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis;
 - b. Merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis;
 - c. Merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa tidak sejenis yang memenuhi persyaratan tertentu; atau
 - d. Indikasi Geografis terdaftar.
- (2) Permohonan ditolak jika Merek tersebut:
 - a. 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;
 - b. merupakan tiruan atau menyerupai nama atau singkatan nama, bendera, lambang atau simbol atau emblem suatu negara, atau lembaga nasional maupun internasional, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang; atau
 - c. merupakan tiruan atau menyerupai tanda atau cap atau stempel resmi yang digunakan oleh negara atau lembaga Pemerintah, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang.
- (3) Permohonan ditolak jika diajukan oleh pemohon yang beritikad tidak baik”.

Pasal 21 ayat (1) UU MIG tertulis kalimat “persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya”. Kalimat ini menunjukkan adanya unsur dominan dalam suatu merek yang membuatnya serupa dengan merek lain. Persamaan secara substansial dalam bagian utama atau secara menyeluruh diantara kedua merek

¹⁰ Pasal 1 angka 5 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

tersebut dapat dikatakan bahwa kedua merek tersebut memiliki persamaan. Persamaan tersebut dapat berupa bentuk, penempatan, penulisan, kombinasi unsur, bunyi ucapan, serta persamaan penampilan yang terdapat dalam merek tersebut.¹¹

Merek terkenal dalam suatu usaha dikenal sebagai merek yang memiliki reputasi tinggi dan dikenal secara luas oleh masyarakat. Merek terkenal sering dikaitkan dengan produk berkualitas unggul, layanan yang cemerlang, dan dapat dipercaya. Keberhasilan sebuah merek untuk mencapai titik terkenal biasanya melibatkan upaya pemasaran yang dilakukan terus menerus untuk membangun citra positif dan meningkatkan kualitas produk agar dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

Merek terkenal memberikan berbagai keuntungan bagi suatu pelaku usaha, salah satu keuntungannya adalah adanya kecenderungan masyarakat untuk tertarik pada reputasi merek yang telah dikenal luas.¹² Merek terkenal mencerminkan kualitas produk atau layanan yang dianggap baik oleh konsumen, sehingga konsumen merasa yakin dan percaya bahwa membeli produk atau menggunakan layanan dari merek tersebut akan memberikan pengalaman yang memuaskan.

Citra positif sebuah merek dapat membantu dalam membangun loyalitas konsumen dalam jangka waktu yang lama. Masyarakat cenderung

¹¹ Hukum Online, “Arti ‘Persamaan pada Pokoknya’ dalam UU Merek dan Indikasi Geografis”. <https://www.hukumonline.com/klinik/a/arti-persamaan-pada-pokoknya-dalam-uu-merek-dan-indikasi-geografis-lt560aad4d30945/>, diakses pada 10 Agustus 2023

¹² Magyar Slamet Permana dan Jony Oktavian Haryanto, “Pengaruh *Country of Origin, Brand Image* dan Persepsi Kualitas terhadap Intensi Pembelian”, *Jurnal Manajemen Untar*, Vol. 18, No. 3 Oktober 2014, hal. 366

memiliki preferensi lebih besar untuk memilih merek terkenal daripada merek biasa karena adanya keterkaitan antara merek tersebut dengan kualitas, inovasi, dan nilai tambah yang telah dibuktikan sebelumnya.

Persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya menjadi hal yang penting dalam konteks merek terkenal karena merek terkenal telah mempunyai identitas yang kuat di pasaran. Merek-merek terkenal biasanya telah membangun nama baik dan telah memperoleh pengakuan luas dari masyarakat, hal ini yang dimanfaatkan oleh pelaku usaha lain yang malas memikirkan ide untuk usahanya dengan meniru merek terkenal demi mendapatkan keuntungan secara instan.¹³ Tindakan ini dapat merugikan pemilik asli merek terkenal tersebut, serta merusak pasar dan persaingan yang sehat. Konsumen juga dapat kehilangan kepercayaan pada merek terkenal karena sulitnya membedakan produk asli dan produk tiruan. Pihak yang merasa dirugikan memiliki hak untuk mengajukan gugatan kepada pihak yang mereknya dinilai meniru secara pokoknya atau secara keseluruhan dan meminta kompensasi atau ganti rugi atas kerugian yang ditimbulkan.

Indonesia telah memiliki UU MIG dengan tujuan untuk melindungi merek yang seharusnya mendapat perlindungan serta kepastian hukum, namun masih banyak pelaku usaha yang melakukan peniruan terhadap merek terkenal. Salah satu kasus merek di Indonesia adalah merek SOLARIA dengan merek SOLARIS. Merek SOLARIA merupakan merek terkenal dalam bidang industri

¹³ Siti Marwiyah, "Perlindungan Hukum atas Merek Terkenal", *De Jure: Jurnal Hukum dan Syar'iah*, Vol. 2 No. 1 Juni 2010, hal. 40

makanan cepat saji, sementara itu ada juga pelaku usaha lain yang menggunakan merek SOLARIS dalam bidang industri yang sama.

SOLARIA adalah perusahaan makanan cepat saji dari Indonesia yang didirikan oleh Aliuyanto sejak tahun 1995 dan telah menjadi salah satu merek terkenal dalam industri makanan cepat saji yang banyak diminati oleh masyarakat. SOLARIA telah terbukti merupakan merek terkenal dengan reputasi internasional sesuai dengan penjelasan:

1. Pasal 21 ayat (1) huruf b UU MIG, dimana reputasi merek tersebut diperoleh dari promosi yang gencar dan besar-besaran, investasi di beberapa negara di dunia, dan disertai bukti pendaftaran merek tersebut di beberapa negara.
2. Yurisprudensi Mahkamah Agung RI No. 1486/K/1991. Merek terkenal adalah merek yang beredar keluar dari negara asalnya dan terdapat pendaftaran merek yang bersangkutan di berbagai negara.
3. Yurisprudensi Mahkamah Agung RI No. 022K/N/HaKI/2002. Reputasi merek yang bersangkutan yang telah diperoleh karena promosi yang telah dilakukan oleh pemiliknya, disertai dengan bukti pendaftaran merek tersebut di beberapa negara jika hal ini ada, hal-hal tersebut merupakan salah satu alat pembuktian yang ampuh.

SOLARIA mendaftarkan mereknya dalam kelas 30, kelas 43, kelas 42, kelas 18, kelas 25, kelas 29, kelas 32, dan kelas 35 serta dalam beberapa kelas telah diperpanjang dua kali. Minat masyarakat terhadap makanan yang disajikan oleh merek satu ini membuat pihak lain beritikad tidak baik, seperti

merek yang dimiliki oleh Erwin Munandar yakni SOLARIS yang memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek SOLARIA yang didaftarkan pada 27 Februari 2020.

Persamaan yang timbul antara merek SOLARIS dengan SOLARIA membuat Aliuyanto keberatan terhadap pendaftaran merek SOLARIS dan menggugat Erwin Munandar yang mempunyai persamaan pada pokoknya dengan merek SOLARIA dan telah mendaftarkan mereknya dalam kelas yang sama dengan SOLARIA untuk melindungi jenis-jenis barang yang termasuk dalam kelas 30. Gugatan ini diajukan oleh Aliuyanto dengan maksud untuk melindungi hak-hak penggunaan atas merek SOLARIA di kelas tersebut. Penggunaan dan pendaftaran merek SOLARIS oleh Erwin Munandar dapat menimbulkan kerugian di kalangan konsumen terhadap hubungan antara produk-produk yang ditawarkan oleh kedua perusahaan tersebut.

Erwin Munandar sebagai tergugat dalam kasus ini telah melakukan pelanggaran terhadap Pasal 21 UU MIG yang disebabkan oleh penggunaannya atas merek SOLARIS yang memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek SOLARIA. Perbuatannya ini termasuk penggunaan merek identik atau serupa dengan merek yang dilindungi oleh undang-undang. Tindakan Erwin Munandar dianggap melanggar hak kekayaan intelektual yang diatur dalam undang-undang. Hak kekayaan intelektual meliputi perlindungan atas merek dagang untuk mencegah pelaku usaha lain menggunakan secara tidak sah merek dagang yang serupa, oleh karena itu pemilik merek SOLARIA dapat menjadikan hal tersebut sebagai dasar hukum untuk menuntut ganti rugi,

membatalkan merek terdaftar, serta mengambil langkah hukum sesuai ketentuan UU MIG guna melindungi hak-hak kepemilikan merek SOLARIA.

Kasus ini telah sampai pada tahap Pengadilan Niaga dalam Putusan No. 3/Pdt.Sus-HKI/2020/PN Niaga Mks namun pihak SOLARIS merasa keberatan dan mengambil jalur kasasi. Pemohon Kasasi atau tergugat melalui kuasanya berdasarkan Surat Kuasa Khusus tanggal 21 Oktober 2020 mengajukan permohonan kasasi pada tanggal 2 Maret 2021 sebagaimana yang dapat diketahui dalam Akta Pernyataan Permohonan Kasasi Nomor 3/Srt.Pdt.Sus-HKI-Merek/2020/PN-MKS yang dibuat oleh Panitera Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Makassar. Permohonan tersebut dilakukan dengan menyampaikan memori kasasi ke Kepaniteraan Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Makassar pada tanggal 10 Maret 2021. Permohonan kasasi tersebut secara cermat menjelaskan alasan-alasan yang diajukan kepada pihak lawan.

Penulis tertarik untuk menganalisis dan membahas lebih lanjut mengenai pelanggaran hak merek terhadap pendaftaran merek yang memiliki kesamaan pokoknya atau keseluruhannya dengan judul “Analisis terhadap Penyelesaian Sengketa Merek SOLARIA dengan SOLARIS (Studi Putusan No. 775 K/Pdt.Sus-HKI/2021)”

1.2 Rumusan Masalah

Penulis merumuskan masalah yang akan diteliti berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas sebagai berikut.

1. Bagaimana pertimbangan hakim dalam penyelesaian kasus Merek SOLARIA dengan Merek SOLARIS pada Putusan No. 775 K/Pdt.Sus-HKI/2021?
2. Bagaimana perlindungan Merek SOLARIA atas Merek SOLARIS pada Putusan No. 775 K/Pdt.Sus-HKI/2021?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui pertimbangan hakim dalam penyelesaian kasus Merek SOLARIA dengan Merek SOLARIS pada Putusan No. 775 K/Pdt.Sus-HKI/2021.
2. Untuk mengetahui perlindungan Merek SOLARIA atas Merek SOLARIS pada Putusan No. 775 K/Pdt.Sus-HKI/2021.

1.4 Manfaat Penulisan

Manfaat dan kegunaan yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Manfaat Teoritis

Pengembangan ilmu pengetahuan untuk karya penelitian baru guna mendukung pengembangan pengetahuan di dunia akademisi dan pemahaman hukum tentang perlindungan merek sesuai dengan UU MIG.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi guna memahami perlindungan hak merek sesuai dengan UU MIG bagi penegak hukum, pejabat dan lembaga pemerintahan yang berkaitan dengan merek serta masyarakat.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan. Bagian ini merupakan gambaran umum dari permasalahan yang akan diteliti oleh penulis dengan judul “Analisis terhadap Penyelesaian Sengketa Merek SOLARIA dengan SOLARIS (Studi Putusan No. 775 K/Pdt.Sus-HKI/2021)”

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan tinjauan teori dan tinjauan konseptual. Tinjauan teori membahas mengenai teori perlindungan hukum dan teori kepastian hukum. Tinjauan konseptual membahas mengenai pengertian HKI, sifat-sifat kekayaan intelektual, tujuan HKI, ruang lingkup HKI, pengertian merek, jenis dan fungsi merek, sistem pendaftaran merek, syarat pendaftaran merek, prosedur pendaftaran merek, jangka waktu perlindungan merek, pengalihan merek,

penghapusan dan pembatalan merek, pelanggaran merek, penyelesaian sengketa merek dan merek terkenal.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan jenis penelitian, jenis data, cara perolehan data, jenis pendekatan dan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

Bab ini berisikan pertimbangan hakim dalam penyelesaian kasus Merek SOLARIA dengan Merek SOLARIS pada Putusan No. 775 K/Pdt.Sus-HKI/2021 dan membahas tentang perlindungan Merek SOLARIA atas Merek SOLARIS pada Putusan No. 775 K/Pdt.Sus-HKI/2021.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran penulis terkait hasil penelitian dan analisis penulis.